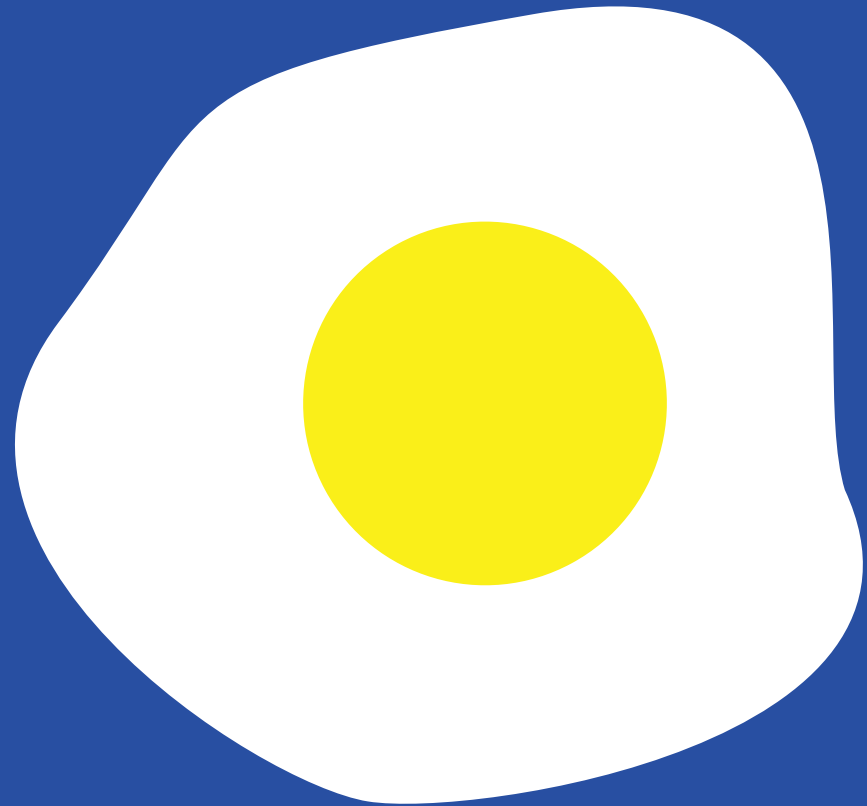


CREATIVE BRIEF



INHALT

1. Ausgangslage
2. Aufgabe
3. Ziel
4. Die Persona
5. Marken im Umfeld
6. Wettbewerber
7. Die Situationsmetapher
8. Kernbotschaft
9. Die gewünschte Reaktion
10. Der Reason Why
11. Die Anmutungskriterien
12. Vorgaben
13. Medien
14. Zeitplan
15. Team

1. AUSGANGSLAGE



Sonnencreme bzw. Sonnenschutz ist wichtig, weil wir unsere Haut vor den UV-Strahlen schützen müssen, die Krankheiten wie Hautkrebs verursachen können. In Deutschland wird Sonnencreme nur selten und wenn, nur bei hohen Temperaturen aufgetragen.

2. AUFGABE

Ein 70 x 100 cm großes Plakat, auf dem ein Appdesign zu sehen ist, gestalten, welches Menschen in Deutschland zu dem Thema Sonnenschutz sensibilisiert.

3. ZIEL

Es wird eine Selbstverständlichkeit werden, so wie das Deo oder die Hautpflege am morgen, Sonnencreme aufzutragen. Dies wird die steigenden Zahlen an Hauterkrankungen durch UV-Strahlung verringern.



4. DIE PERSONA

Tizian ist 23 Jahre alt und wohnt in einer 33 m² Wohnung nahe der Hochschule. Er studiert Architektur und visualisiert leidenschaftlich gern seine entworfenen Gebäude. Zur Hochschule fährt er meist mit dem Fahrrad, aber auch zu Fuß sieht man ihn öfter mal kommen. Seine Wohnung ist gemütlich eingerichtet: viele Pflanzen und ausgedruckte Visualisierungen hängen an den Wänden, dazu einige Kerzen und Decken.

Er trägt gern Streetwear, hauptsächlich Baggy Jeans. Im Sommer geht Tizian täglich in den Bodensee und verbringt oft mit Freunden, einem Fußball, etwas Alkohol und etwas zu Essen, ganze Tage dort. An kalten und ungemütlichen Tagen schaut er gern mit seiner Freundin zusammen einen Film, davor kochen sie zusammen vegan. Sonntags spielt er Fußball in der Uni Liga, ansonsten malt er in seiner Freizeit gern Skateboard decks mit Acrylfarbe an und verkauft diese.





PHILIPS



**Systemic*

Vinted



Bio



ARC'TERYX

6. WETTBEWERBER

direkt: diverse Sonnencremes, Sonnensprays, Sonnenbalsame und Sonnenmilche. So wie Make Up und Pflegeprodukte mit Sonnenschutzfaktor

indirekt: Uninformiert sein (Bräunungsöl, Solarium, Natürlicher Sonnenschutz (Kokosöl, Avocadoöl etc.))

7. DIE SITUATIONSMETAPHER

Kondome. Sie sind einfach zu handhaben, effektiv und schützen vor möglichen Krankheiten. Durch die Vermeidung solch einer Krankheit können Kondome einen sogar das Leben retten. Verzichtet man auf sie und wird krank, treten oft unangenehme Ausschläge und/oder Rötungen auf der Haut auf. Die meisten Erwachsenen Menschen haben zu Hause aber immer welche parat, um optimal geschützt zu sein, egal ob spontan oder geplant. Bei möglichem Bedarf, also z. B. geplanten Unternehmungen nimmt man sie auch mit.

8. DIE KERNBOTSCHAFT

Zu jederzeit einfach, handlich,
effektiv und schützend

Slogan: Zu jederzeit einfach

9. DIE GEWÜNSCHTE REAKTION

AIDA

Attention: Durch Slogan und Farbwirkung

Interest: Interaktive Elemente, informative Inhalte

Desire: Die Haut gesund halten

Action: Jeden Tag die App öffnen, weil das Wetter und die UV-Strahlung täglich anders sind

10. DER REASON WHY

Weil Hautkrebs schlecht ist

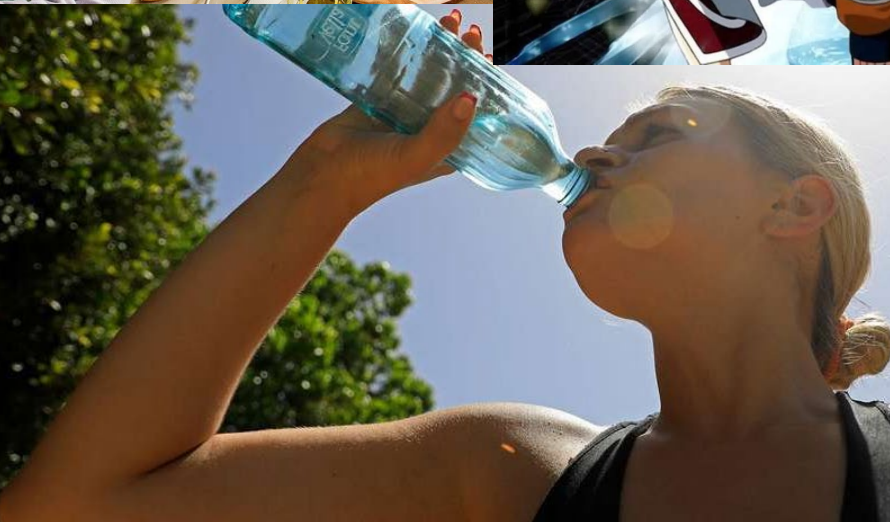
11. DIE ANMUTUNGSKRITERIEN

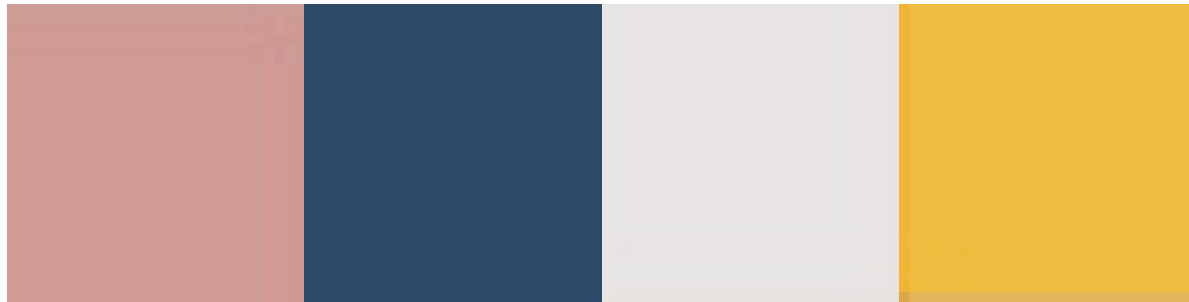
Einfach: Die App ist schnell zu verstehen

Selbstverständlich: Die Nutzung im Alltag gehört einfach dazu

Cool: Die App wirkt dynamisch

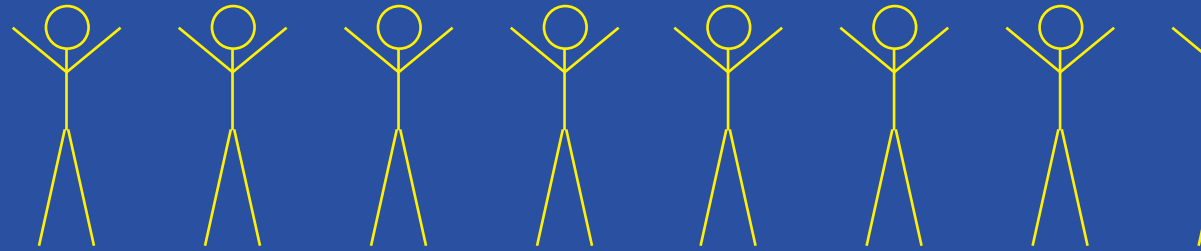
Zeitgemäß: Die App behandelt ein akutes Problem





12. VORGABEN

Gibt keine



13. MEDIEN

Smartphone

Plakat

14. ZEITPLAN

Phase 01:

Creative Brief

Phase02:

Umsetzung

Abgabe:

Ende des Semesters

15. TEAM

Autor & Designer

Lilian Kaufmann

lilian-kaufmann@web.de

VIELEN
DANK!

