

Creative Brief

No 1

Ausgangslage

Deutlich über 90 Prozent der Bevölkerung hat ein Smartphone. Die Durchschnittliche Smartphone-Nutzungsdauer nahm stetig zu im Verlaufe der letzten Jahre. Das Gerät wurde zu einem omnipräsenten Begleiter und ist bei einem Grossteil ständig griffbereit.

Viele Personen schätzen die diversen Nutzungsmöglichkeiten und Funktionen und sind indessen zugleich sehr unzufrieden mit ihrem Smartphone-Konsum. Studien legen nahe, dass sich Nutzung auf das Stresslevel und die Impulskontrolle auswirken.

No 2

Aufgabe

Die Gestaltung eines Plakats,
auf dem das App-Design sichtbar ist.

No 3

Das Ziel

Die Meta-App hilft den Nutzerinnen und Nutzern, den eigenen Smartphone-Konsum bewusster zu gestalten, Ablenkungen in Zeiten der Reizüberflutung zu minimieren und Konsumgewohnheiten zu durchbrechen. Das Smartphone wird somit primär als Nutzgegenstand betrachtet, wobei der Unterhaltungszweck nicht ausgeschlossen wird. Mittels der App wird die Nutzeroberfläche minimiert, neu geordnet, individualisiert und so erweitert, dass sich Herausforderungen des Alltags einfacher gestalten lassen. Das Smartphone wird als positiv erlebt.

No 4

Die Persona

Aurelio ist 27 Jahre alt und lebt in einer modernen 1.5-Zimmer-Wohnung in Winterthur. Als sportlicher, urbaner Typ ist er ein großer Fan von Schlägersportarten wie Federball und Tennis, die er regelmäßig ausübt, wenn er nicht gerade mit Freunden Craft-bier genießt oder an einem Pubquiz teilnimmt. Seine Freizeit verbringt er gerne aktiv, sei es auf Reisen, bei geselligen Abenden oder vor der Playstation bei einer Runde FIFA. Aurelio ist Eventmanager und kombiniert seine kreative Arbeit mit gelegentlichen Freelance-Projekten als Software-Entwickler. Er ist technologieaffin, nutzt ein iPhone und streamt seine Serien und Filme auf Netflix. Umweltbewusst und urban geprägt, ist er meist mit dem Fahrrad oder Zug unterwegs. Seine Wohnungseinrichtung ist von Marken wie Ikea und Livique.

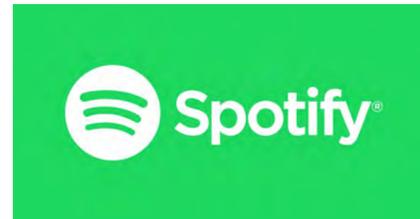
Die Persona ist eine fiktive Figur, die perfekt auf das Profil der Zielgruppe passt. Die Zielgruppe soll sich mit der Persona identifizieren.



No 5

Marken im Umfeld

Mit welchen Marken ist die Persona tagtäglich konfrontiert?



No 6

Wettbewerber

direkte Mitbewerber

iOS (screentime)
& Android

spezifische Applikationen:
Forest, Freedom, StayFree,
Trello

Minimalist Phone Launcher,
Nova Launcher

indirekte Mitbewerber

binge watching

Soziale Medien

Messenger

Hardware:
Notizpapier, Light
Phone

No 7

Situationsmetapher

Die App funktioniert wie ein Trichter, mit dem man den Teig optimal und ohne kleckern in die Cup-Cake-Formen bugsiiert. Dank einer Anti-Haftungs-Beschichtung rutscht der Teig in absehbarer Zeit wie von selbst in die Förmchen. Langes Abwaschen ist nicht (mehr) von Nöten, womit der Backspass maximiert werden kann.

No 8

Kernbotschaft

die Botschaft:

Lenke deine Aufmerksamkeit gezielt
und erlebe dein Smartphone positiv.

→ Channel your focus.
Focus on your attention.

No 9

Gewünschte Reaktion

Der Nutzer/ die Nutzerin lädt sich die App herunter, benutzt sie ganz selbstverständlich täglich und bindet sie in sein/ ihr Alltag ein. Die App wird zu einer Selbstverständlichkeit und einem integralen Bestandteil des Alltagslebens.

Beim Kauf eines neuen Smartphones erhält der Kunde/die Kundin einen Voucher für die App, der direkt zur Erkundung eines bewussteren, personalisierten Nutzungserlebnisses einlädt. Händler und Hersteller sehen den Voucher als attraktiven Zusatz, der die Wertigkeit des Geräts steigert.

No 10

Reason Why

Die App existiert, weil sie den nutzenden Personen hilft, ihre Beziehung zum Smartphone neu zu definieren – weg von unbewusstem Konsum hin zu einem bewussten, selbst-bestimmten Umgang. In einer Welt, die von Reizüberflutung und ständiger Ablenkung geprägt ist, bietet diese App einen klaren Mehrwert: Sie gibt den Nutzerinnen und Nutzern die Kontrolle über ihr digitales Leben zurück, ohne dabei die Freude am Unterhaltungsaspekt des Smartphones zu verlieren.

No 11

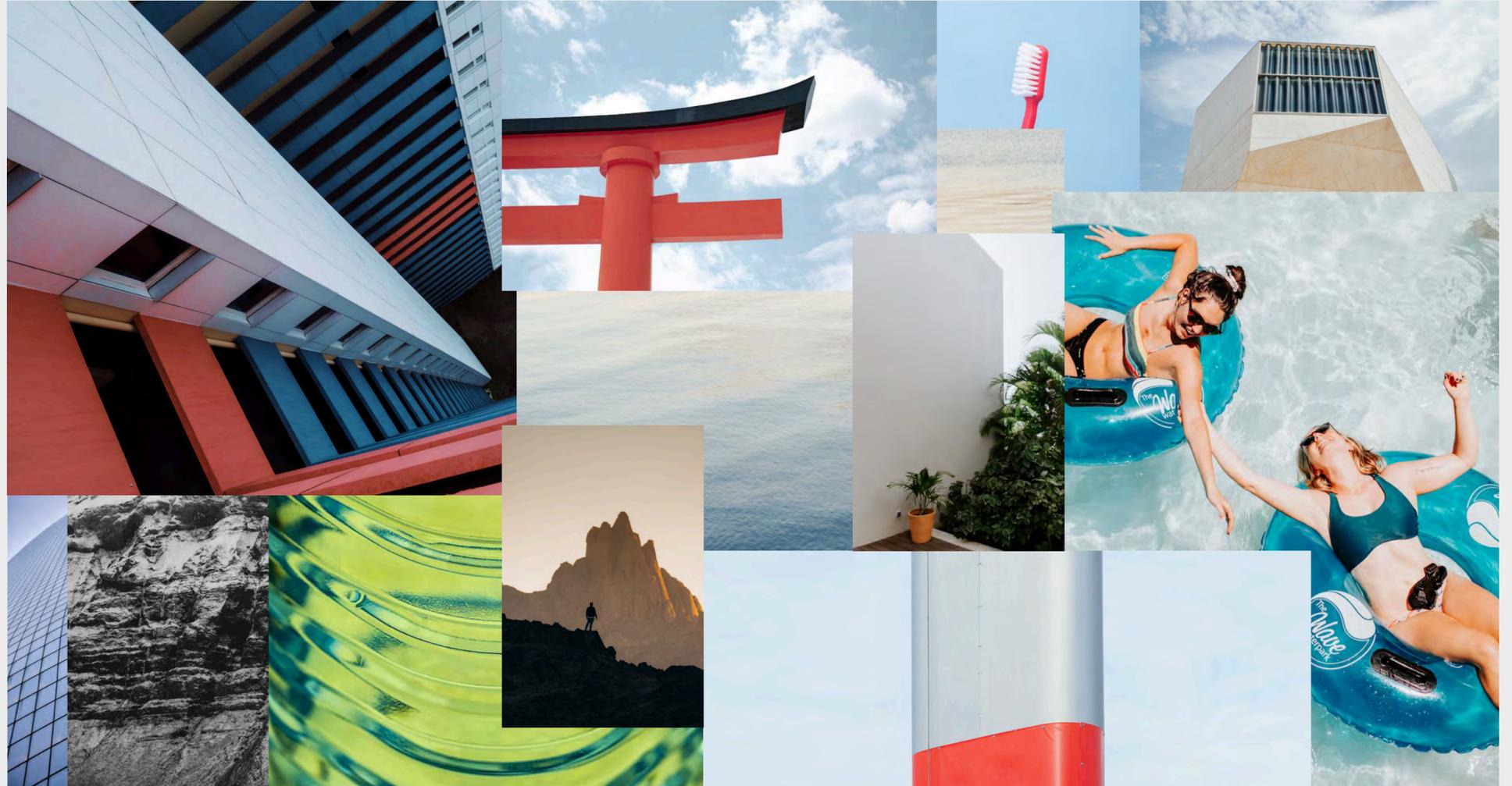
Anmutungskriterien

Klar

Positiv

Präzise

Progressiv



No 11

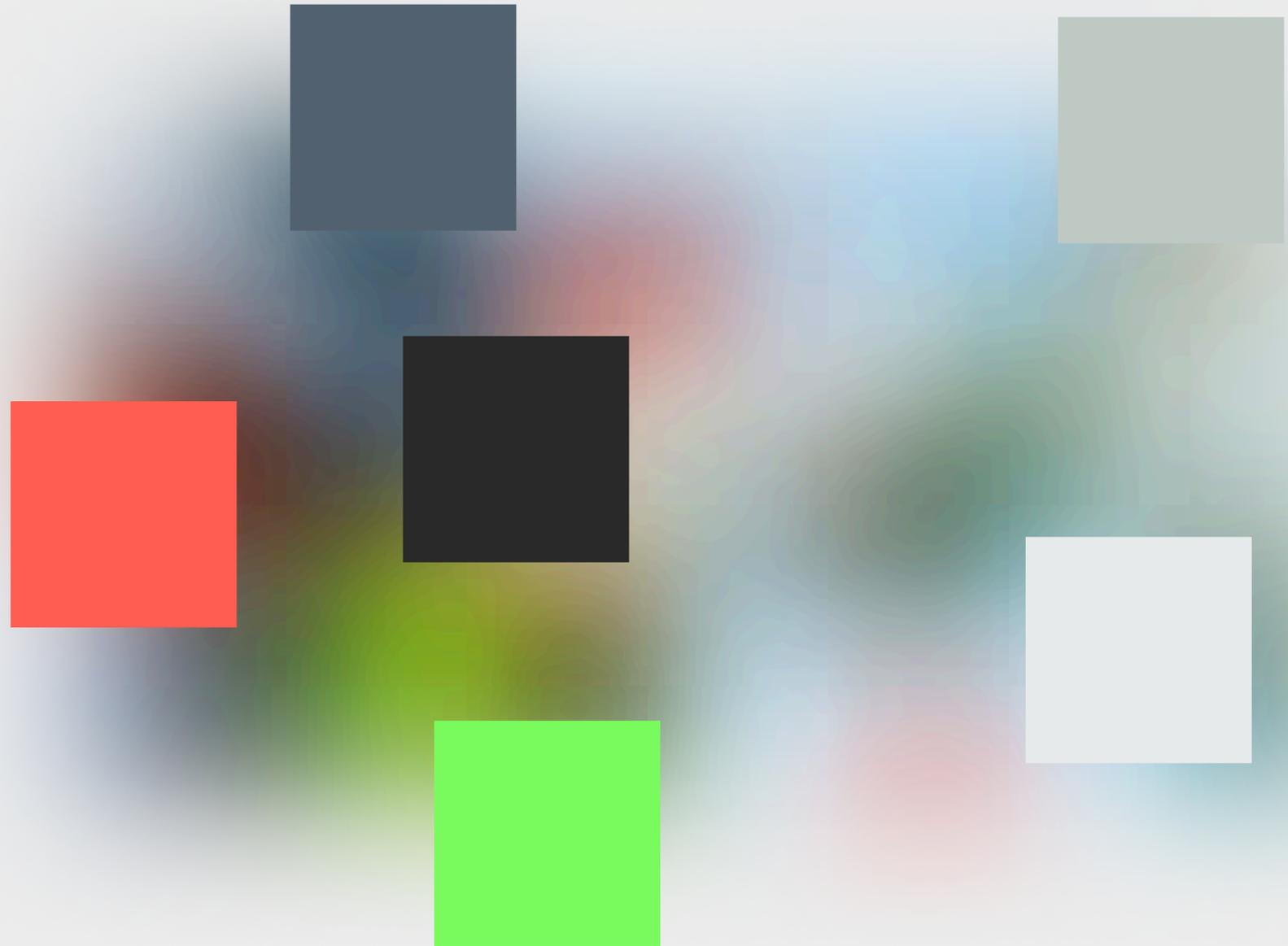
Anmutungskriterien

Klar

Positiv

Präzise

Progressiv



No 12

Vorgaben

Die App muss einwandfrei sowohl auf iOS als auch Android Mobilgeräten funktionieren.

No 13

Medien

iOs App

Social Media

OOH Plakatwerbung

No 14

Zeitplan

Anfang

Ende



Manuel Krömler

manuel.kroemler@bluewin.ch

Thanks!