

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Ausgangslage

Das Erotikmuseum Amsterdam setzt sich fuer eine offene und fundierte Auseinandersetzung mit Sexualitaet, Lust und Erotik als kulturelle Phaenomene ein. Doch viele Besucher:innen nehmen das Thema nicht ernst oder kommen nur aus Neugierde und Belustigung ins Museum. Die Herausforderung: Wie vermittelt man die historische und gesellschaftliche Relevanz der Exponate auch denen, die sich nicht aktiv weiterbilden wollen?

Hier setzt die App an, als ergaenzendes digitales Medium, das fehlende Informationen liefert, versteckte Narrative aufdeckt und dabei so unterhaltsam ist, dass selbst skeptische Besucher:innen sich unbewusst mitreissen lassen.

*** Aufgabe

Gestaltung einer App mit Avatar, die das Museumserlebnis erweitert.

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Ziel

Die App soll:

Erotik soziokulturell und historisch kontextualisieren
Versteckte Narrative aufdecken, die ueber das Offensichtliche
hinausgehen,
Museumsbesuche fuer Lernunwillige zugaenglich machen, indem
Inhalte spielerisch vermittelt werden und
Trotz humorvollem Zugang eine ernsthafte Auseinandersetzung
mit dem Thema ermoeeglichen.

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Zielgruppe und Persona

NAME: Jonas Jonas

ALTER: 27

WOHNORT: Bonn

WOHNART: gerade erst aus Familienwohnung aus- und mit seiner Freundin, Lena, zusammengezogen, günstige Zweizimmer-Neubau-Wohnung nah am Bahnhof

FAMILIE: Freundin Lena. Eltern verheiratet, es kriselt zwar in der Ehe, aber beide sind der Meinung, Scheidung sei der falsche Weg und reden daher lieber garnicht miteinander. Jonas hat die seltsam kalte Dynamik seiner Eltern verinnerlicht, er plant mit Lena ein langes, gluecklicheres Leben (die noch nichts davon weiss) und sucht gerade nach Eheringen und dem perfekten Ort, um, am besten in der Oeffentlichkeit, einen Antrag zu machen. Liebesleben laeuft ja ganz gut.

JOB: studiert BWL, Aushilfe bei Decathlon, am liebsten in der Ball-Abteilung

FREIZEIT: Partys, am liebsten in Wohnungen anderer, Witze ueber Duesseldorf oder seinen Namen machen (er heisst tatsaechlich zwei mal Jonas, ja! haha), Kneipentouren mit seinen Freunden planen.

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Zielgruppe und Persona

HOBBY: drei Mal die Woche Gym oder Fussball schauen, ob auf dem Laptop oder im Stadion (BVB-Fan), sein Auto auf wir-kaufen-dein-auto.de schätzen lassen, kurzaermelige Hemden mit coolen Mustern sammeln.

HANDY: Iphone 15

MUSIK: Reggaeton, niederlaendischer Hardtech, gern auch mal der ein oder andere Karnevalsschlagerhit.

WO KAUFTE Jonas EIN? Rewe, er liebt die Rewe Beste Wahl-Artikel.

KFZ: alter Mercedes, silber, zwei Tueren, Einstieg vorne, immer relativ gut geputzt (zzumindest von ausen), hat er von seinem Vater bekommen. Auch so ziemlich das einzige Geschenk von ihm jemals.

MITTELKONSOLE AUTO: neueste Ausgabe ADAC Club Magazin, Munderfrischerspray, Kaugummi, Schluesselbund, alte Fussballwettscheine, Parfum (Sauvage von Dior, Johnny Depp hat ihn zum Kauf getrieben) und Fitnessstudioausweis, Proteinriegel.

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Zielgruppe und Persona

ANGST WOVOR? Streit mit Lena, Bierbauchansetzen, Erektionstörungen, dass der BVB absteigt oder schon wieder eine Corona-Welle kommt und Karneval ausfallen muss, Kontostand im Einhunderterbereich.

WESHALB SCHONMAL GELOGEN? Drogenkonsum auf einer Party, Lena findet das alles nicht so cool, also hat er die Flasche voll Lachgas und das Koks einfach aus der Erzählung fallen lassen. In der Regelschule hat er mit einem Kumpel aus Amerika geprahlt, den gab es nicht. Fotos, die er von ihm hat rumgehen lassen, waren aus der BRAVO HipHop. Alle wussten es.

PARTEI: FDP, jetzt vielleicht auch BSW?

KONTOSTAND: 766, 01 EUR - da ist er entspannt.

EBAY-SUCHVERLAUF: VW Van fuer Bastler, zum Umbau, zum Aufmotzen, Ehering silber 925 Diamantreplikat oder Setzlinge Stecklinge Pflanzen im Umkreis von 2km (das war eine Suche fuer Lena)

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3



Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Marken im Umfeld



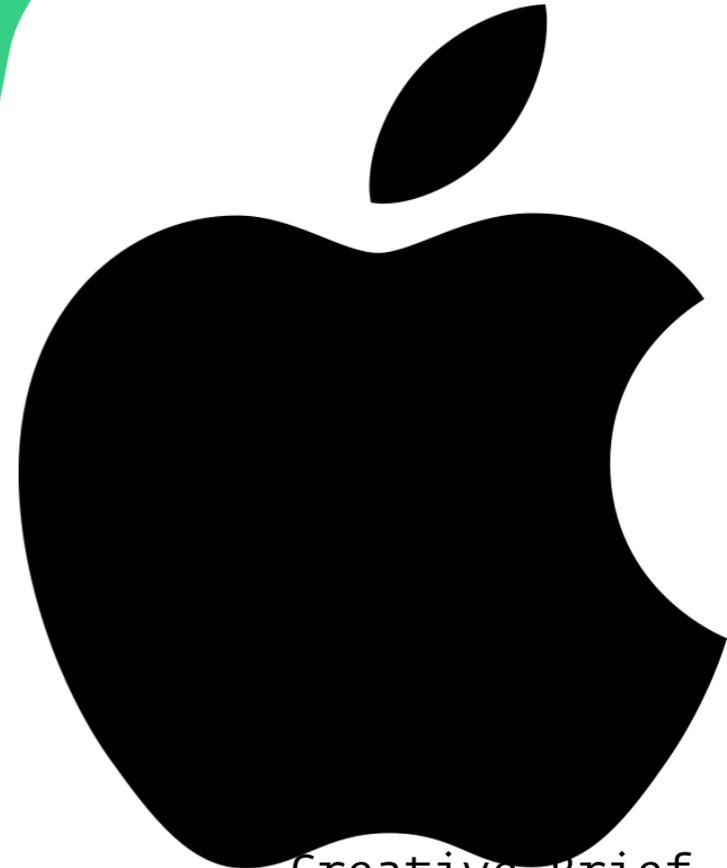
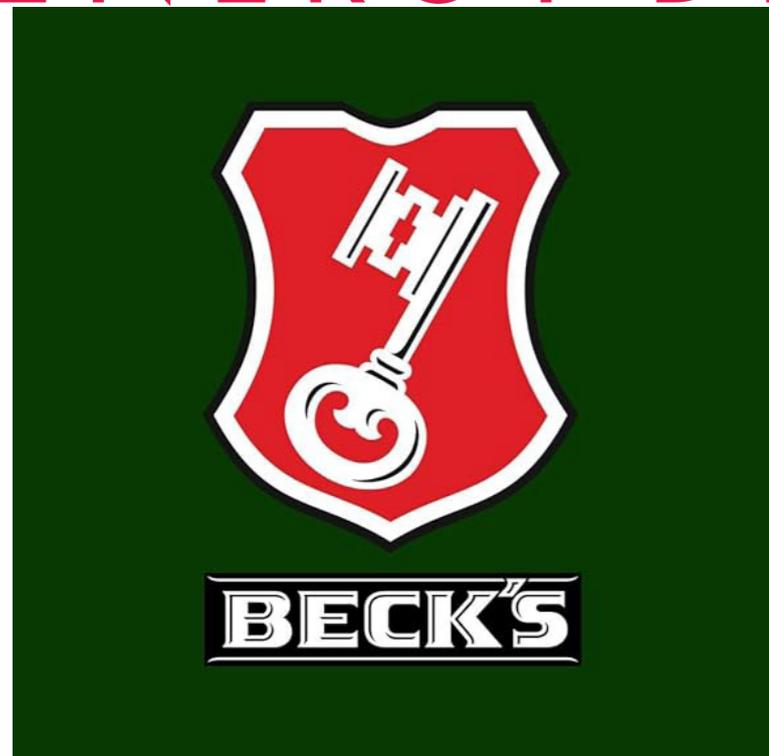
Red Bull®

DECATHLON

Uber



ENERGY DRINK



Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Wettbewerber

Direkt: Sonderausstellungen mit Schwerpunkt Erotik,
auch virtuelle Erotik-Museen wie Venusberg Erotic Art Museum,
Red Light Secrets Museum of Prostitution Amsterdam

Indirekt: Faulheit eine App herunterzuladen, Abgeschrecktheit
vor Thematik, Fehlendes Interesse an historischen oder kultur-
ellen Aspekten von Erotik
und der Wunsch nach rein oberflächlicher Unterhaltung,
die Huerde, sich aktiv mit dem Thema auseinanderzusetzen

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Situationsmetapher

Du stehst auf einer Party. Eigentlich bist du nur hier, um Spass zu haben, ein paar Bier zu trinken und mit deinen Freunden zu lachen. Die Musik ist laut, die Gespraechе oberflaechlich, und du bist sicher: Hier gibt es nichts, was dich wirklich ueberrascht.

Dann stoest du zufaellig auf eine Person, die einen beilaeufigen Kommentar fallen laesst : witzig, scharfzueugig, irgendwie herausfordernd. Du spielst mit, konterst. Doch ploetzlich merkst du: Da steckt mehr dahinter. Ihr springt von einem Thema zum naechsten, von Humor zu ernstesten Gedanken, von Klischees zu unerwarteten Wahrheiten. Du hattest nicht vor, dich auf ein echtes Gespraech einzulassen, aber jetzt bist du drin.

Und waehrend du noch ueberlegst, wann das passiert ist, verlaesst du die Party mit einem Gedanken, der dich nicht mehr loslaesst.

*Erotik soziokulturell und historisch
kontextualisieren und versteckte
Narrative aufdecken, dass selbst die, die
keine Freude an Museumsbesuchen oder
aktiv-anstrengender Bildungsarbeit ha-
ben, sich etwas davon mitgerissen fühlen.*

*** Gewuenschte Reaktion

Die App wird heruntergeladen und waehrend des Museumsbesuchs genutzt.

Nutzer:innen nehmen unbewusst Wissen mit und erkennen den gesellschaftlichen Wert der Exponate.

Selbst Skeptiker:innen verlassen das Museum mit neuen Gedanken und Perspektiven.

*** Reason Why

Sex und Erotik waren schon immer Teil von Kultur, Macht und gesellschaftlichem Wandel, doch sie wurden lange tabuisiert. Wer heute ueber Sex spricht, spricht auch ueber Geschichte, Politik, Identitaet und soziale Strukturen. Diese App sorgt dafuer, dass diese Dimensionen nicht uebersehen werden

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3

*** Anmutungskriterien

Frech & schlagfertig und spricht auch skeptische Nutzer:innen an
Tiefgruendig & informativ und vermittelt echten Kontext
Narrativ & interaktiv und laedt zum Mitmachen ein
Respektvoll & reflektiert und gibt dem Thema die Ernsthaftigkeit, die es verdient

Creative Brief
Erotik-Museum
Amsterdam
Mila Schiller
BKD 3