

CREATIVE BRIEF

Die Ausgangslage

Der Mensch wird in vielen Punkten vom Herz gesteuert. Dieses Herz kann gebrochen werden. Dies führt zu Herzschmerz und Liebeskummer. Nach so einem Herzensbruch fühlt sich der Mensch einsam, traurig, entsetzt und alleine gelassen. Niemand möchte sich so fühlen.



Die Aufgabe

Gestaltung eines Plakats (70x100cm) das 3-5 beispielhafte Screens der App in einer persönlich gestalteten, passenden Umgebung zeigt.



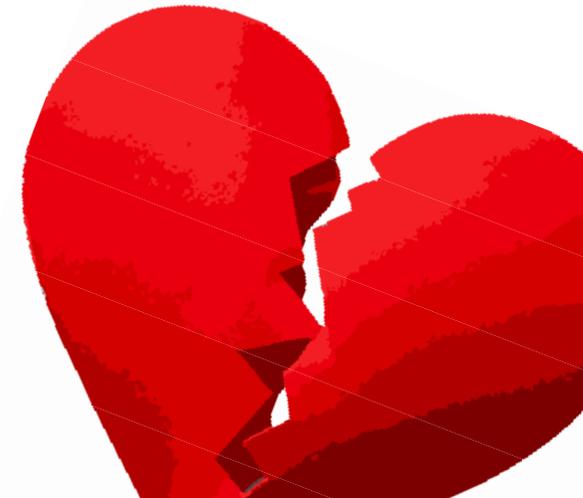
Das Ziel

Der Nutzer wird durch die App mehr Verständnis über sich und seine Gefühle, also sein Herz erlangen. Durch mehrere Möglichkeiten die die App anbietet, wird der Nutzer aus seiner Isolation und Trauer schneller herauskommen.



Die Ziel- gruppe

Herzgebrochene Menschen, vor allem
Jugendliche und junge Erwachsene.



Die Persona



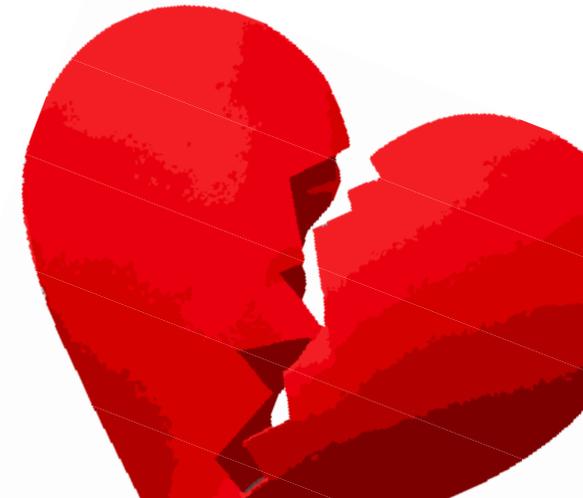
Jamie ist 24 Jahre alt, lebt in Heidelberg und studiert derzeit im Master. Sie hat einen leicht punkigen Stil – ein Mix aus auffälligen Accessoires, dunklem Eyeliner und einem Hauch Rebellion, der sich auch in ihrer Art zu leben widerspiegelt. Manchmal wird sie deswegen auf der Straße komisch angeschaut, doch sie liebt es diesen Leuten ein noch komischeres Gesicht hinzustrecken. Oft ist sie mit ihrem Motorrad unterwegs, am liebsten zusammen mit ihren Freunden. Eine ihrer Lieblingsstrecken führt hinauf zum Heidelberger Schloss – besonders am Abend, wenn die Stadt in goldenes Licht getaucht ist, fühlt sie sich dort frei und lebendig. Sie ist oft unterwegs, liebt Partys am Wochenende und veranstaltet häufig mit ihren Freunden Filmabende mit Popcorn. Sie funkt nur so vor Energie dafür.

Marken und Pro- dukte im Umfeld



Der Wettbewerber

Direkte Wettbewerber sind Dating Apps (Bumble, Tinder, Lavou, Paarship, Elite Partner,...)



Die Situations- metapher

Die Lieblingsschallplatte, die ein Sammlerstück ist und von der verstorbenen Oma geschenkt wurde, fällt einem beim auflegen aus der Hand und zerkratzt. Sie ist nun unbrauchbar. Es gibt schon lange keine Exemplare mehr zum kaufen. Trotzdem sucht und sucht man weiter, doch mit jedem Monat schwindet die Hoffnung. Ein halbes Jahr später zieht eine Freundin um, und man bietet seine Hilfe an. Der letzte Karton wurde reingebracht und die Freundin kommt auf einen zu. Sie bietet an etwas aus dem Karton auszusuchen. Und ganz unten liegt genau diese Sammlerschallplatte.



Der Slogan

Let's put it back together.



Reason Why

91 % der Menschheit hat bereits Liebeskummer erlebt, sei es auch nur ein Mal gewesen. So gut wie jeder war oder wird irgendwann davon betroffen sein. Und ob es nun ein leichter Liebeskummer oder starker Herzschmerz ist, jeder Leidende verdient es sich schnell davon zu erholen.



Anmutungskriterien

Offen
Vertrauenswürdig
Wärmend
Menschlich

