

CREATIVE

BRITISH

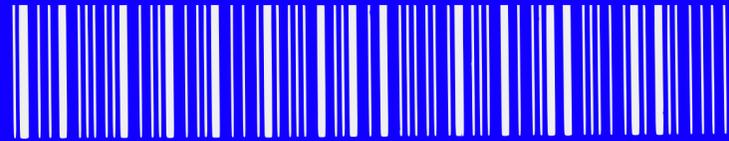


Manuel Krömler

HTWG Konstanz

24-04-25

CREATIVE BRIEF



3 1117 01320 6375

Pasta zählt weltweit zu den Grundnahrungsmitteln und ist in nahezu allen Kulturen fest verankert. Unterschiedliche Traditionen und Zubereitungsarten haben im Laufe der Zeit eine enorme Vielfalt an Formen, Farben und Geschmacksrichtungen hervorgebracht. Diese Vielseitigkeit macht Pasta sowohl in der einfachen Hausmannskost als auch in der gehobenen Gastronomie zu einem unverzichtbaren Bestandteil. Darüber hinaus wird Pasta häufig als "Comfort Food" beschrieben – ein Gericht, das mit positiven Emotionen und Genussmomenten assoziiert wird. Studien legen nahe, dass der Verzehr von Pasta vermehrt Glückshormone ausschüttet und somit das Wohlbefinden stärker steigern kann als andere Aktivitäten wie Musikhören oder Sport.

01

AUSGANGSLAGE

CREATIVE BRIEF

Der Automat ermöglicht die Gestaltung individueller Pasta-Formen und gibt eine breite Auswahl an frischen, nachhaltigen, jedoch ungekochten Pastavariationen aus. Dabei reicht das Spektrum von klassischen italienischen Sorten bis hin zu asiatisch inspirierten Nudelspezialitäten. Ob für ein exklusives Dinner oder eine spontane Kochidee – der „Pastomat“ bietet die Möglichkeit, Pasta nach persönlichen Vorlieben und ohne lange Lieferzeiten direkt vor Ort zu beziehen.

02

ZIELSETZUNG



CREATIVE BRIEF

Marina lebt mit ihrem Freund in Zürich in einer offenen Beziehung. Kulinarik spielt eine zentrale Rolle in ihrem Leben. Im Sommer lädt sie regelmäßig zu geselligen Abenden auf die Dachterrasse ihres Neubaus ein, wo sie Freunde, Familie und Nachbarn mit selbstgekochten Gerichten verwöhnt. Passend dazu hat sie eine gut sortierte Gin-Bar, die ihre Gäste begeistert. Neben ihrem Beruf als Team-Leaderin in einem Start-up für Lieferdrohnen betreibt Marina einen kleinen Foodblog. Dort teilt sie ihre Erlebnisse aus Restaurants – mit Fokus auf Fusion-Küche – sowie ihre Entdeckungen neuer Food- und Drink-Hotspots in und um Zürich. In ihrer Freizeit ist sie sportlich aktiv: Sie fährt Rennrad, geht schwimmen und besucht regelmäßig Konzerte sowie Kulturveranstaltungen.

03

PERSONA

OPINION LEADER

Marina lebt mit ihrem Partner in Berlin. Eine zentrale Rolle in ihrem Leben spielen die Abende auf der Dachterrasse mit selbstgekochten Gerichten. Marina ist eine Barkeeperin, die ihre Gäste begeistert. Sie betreibt eine Bar für Lieferdrohnen und bietet dort Erlebnisse aus Restaurants an. Marina ist eine neue Food- und Drink-Enthusiastin: Sie fährt Rennrad und besucht Kulturveranstaltungen.



Marina ist eine Food- und Drink-Enthusiastin. Kulinarik spielt eine zentrale Rolle in ihrem Leben. Sie geht gerne zu geselligen Abenden mit ihrer Familie und Nachbarn. Marina ist eine Barkeeperin mit einer gut sortierten Gin- und Tonic-Bar. Sie arbeitet in einem Start-up und teilt ihre Erfahrungen mit anderen. Marina ist sportlich und besucht regelmäßig Konzerte sowie Kulturveranstaltungen.

FOOD & DRINK

CREATIVE BRIEF

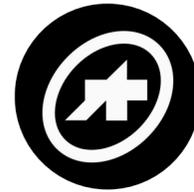


Rework

vitra.



HENDRICK'S
GIN



tibits



04

MARKEN IM UMFELD

SCHULTERERBLICK

Ausgangslage:

Marina kennt das Produkt aufgrund der Werbung und des Automaten vor Ort in ihrer Wohngegend

denkt

- Könnte das eine echte Alternative zu aufwendigem Selbermachen sein?
- Funktioniert das wirklich so einfach wie es klingt?
- Kann das ein nachhaltiges Produkt sein?

sagt

- „Ich liebe es, neue Foodtrends auszuprobieren – aber es muss schon gut gemacht sein.“
- „So ein Automat klingt spannend – aber wie frisch ist das wirklich?“
- „Für den Geburtstag meines Vaters bräuchte ich mal wieder was Besonderes.“

tut

- Sie recherchiert online, scrollt durch Reviews und Social-Media-Posts
- Fragt ihren Freund*innen nach Erfahrungen oder Meinungen
- Hält beim Nachhauseweg gezielt Ausschau nach dem Gerät

fühlt

- Neugier und leichte Skepsis
- Vorfreude auf kreative Möglichkeiten
- Unsicherheit gegenüber einem automatisierten Prozess in der Kulinarik

EMPATHY MAP

CREATIVE BRIEF

direkte Mitbewerber

---Webseiten/ Anbieter zur individuellen
Nudelgestaltung wie Nudelmaxx oder
Bio-Pasta-Bonetti

---kommerzieller Detailhandel

---Hofläden/ Delikatessen-Läden

06

WETTBEWERBER

CREATIVE BRIEF

indirekte Mitbewerber

---deliveroo, just eat

---Restaurants/ Imbiss

---Fasten

---alternative Lebensmittel wie
Reis/ Brot etc.

07

WETTBEWERBER

CREATIVE BRIEF

Der Pasta-Automat funktioniert wie Spotify für deine Geschmacksknospen: Er liefert dir genau das, was du jetzt brauchst – intuitiv, stimmig, überraschend passend. So wie der eine Song, der am frühen Frühlingsmorgen im richtigen Moment in deinen Kopfhörern landet, während du durch die Stadt radelst – leicht, beschwingt, genau auf deine Stimmung zugeschnitten.

Genauso fühlt es sich an, wenn du Pasta aus dem Automaten ziehst: frisch, individuell, als hätte jemand genau verstanden, was du heute brauchst.

08

SITUATIONSMETAPHER

CREATIVE BRIEF

Vergiss Standardnudeln
– hier kommt deine
Signature-Pasta.

09

KERNBOTSCHAFT

CREATIVE BRIEF

Bei einem Abendessen im Freundeskreis wird individuell gestaltete Pasta serviert, die durch ihre besondere Form und Herkunft aus dem Automaten auffällt. Neugierig geworden, wird der Automat wenig später selbst genutzt – als persönliche Geschenkidee für den Geburtstag des Vaters. Die Reaktion ist positiv, die Pasta überzeugt. In der Folge wird der Automat regelmäßig Teil der wechselnden Dinnerabende im Freundeskreis. Die individuell gestaltete Pasta etabliert sich als wiederkehrendes Element, das für Abwechslung und Gesprächsstoff sorgt..

10

GEWÜNSCHTE REAKTION

SCHULTERERBLICK



01

Wahrnehmung/Entdeckung des Automaten und/oder des Produktes

Initiale Touchpoints:

- Sichtbarkeit vor Ort
- Werbung/ Social-Media
- Empfehlungen im Freundeskreis
- Verkostung bei Events oder Privatanlässen
- Individuelles Geschenk

02

Erwägungsphase & mögliche erneute Konfrontation mit Produkt (Analog zu 01)

Touchpoints:

Webseite/ Informationen auf Social-Media

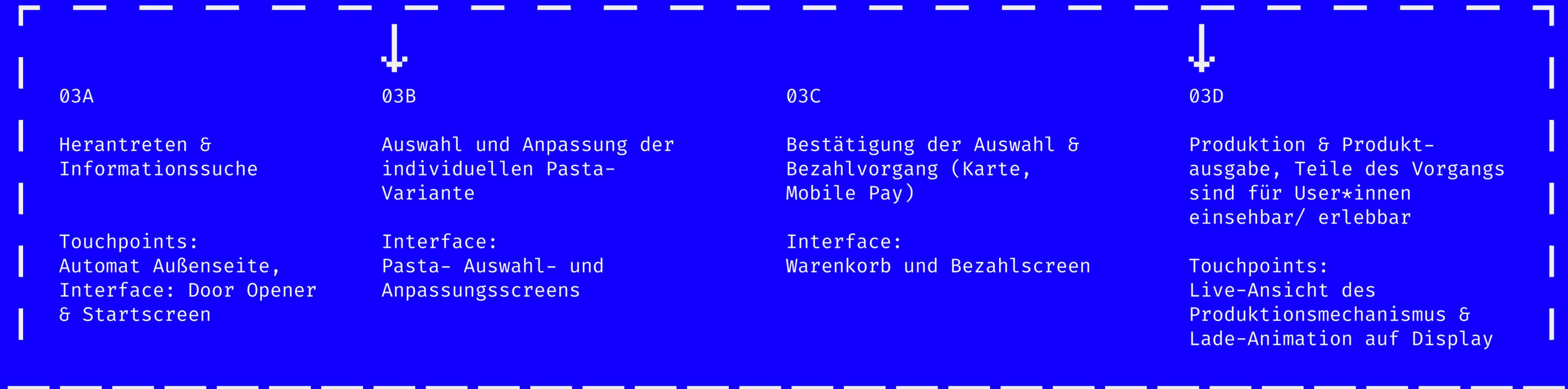
+Neugier, Interesse an neuem

-Fragen zur Handhabung und Qualität

+Vorfreude/ Freude am Ausdenken wilder Pasta-Variationen

USER JOURNEY 01

SCHULTERBLICK



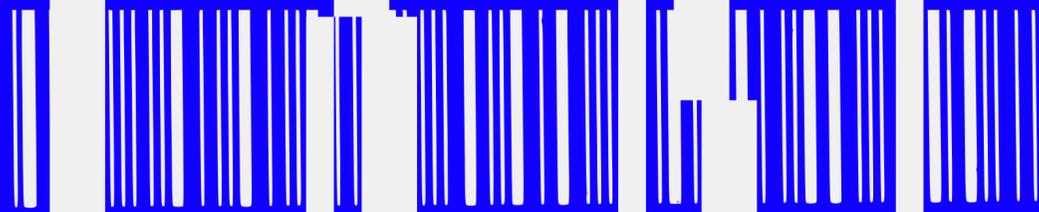
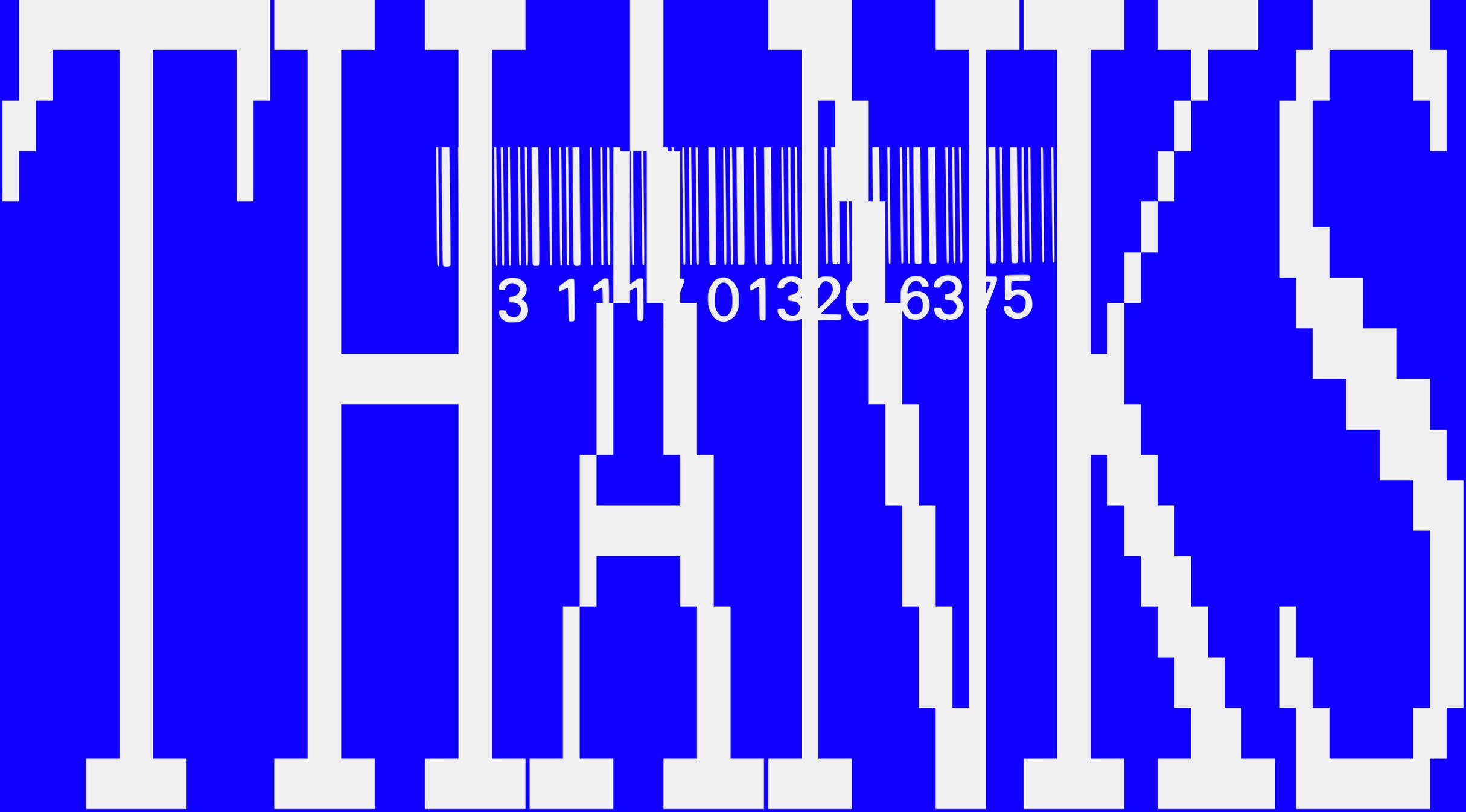
-Fragen zur Bedienung

+Freude über vielfältige Anpassungsmöglichkeiten

+Zufriedenheit über schnellen Ablauf
-Sorge über Preis-Leistung

+Vorfreude beim Herstellungsprozess
-Ungeduld während Wartezeit
-Bangen, dass Produktionsprozess reibungslos abläuft

USER JOURNEY 02



3 1114 01326 6375

MANUEL.KROEMLER

@BLUEWIN.CH