

# Creative Brief

Lilian Kaufmann BKD 3

# 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

# Ausgangslage

Die öffentlichen Verkehrsmittel sind umweltfreundlicher, jedoch nutzen sie, gerade in ländlichen Regionen, wenige Menschen, da sie dort mehr als unzureichend sind.

# Aufgabe

Gestaltung eines Teleportations-  
automaten inklusive Interface, der die  
Verkehrsmittellage in ländlichen  
Regionen verbessert.

# Ziel

Es wird selbstverständlich den Teleportationsautomaten als Verkehrsmittel zu nutzen, dies wird mehr Menschen dazu bewegen auf ihr Auto zu verzichten. VW macht zu.

# Persona

Daniela ist 53 Jahre alt und wohnt mit ihrer Katze in einem kleinen Haus auf dem Dorf. Sie arbeitet als Krankenschwester in der Stadt wo sie hauptsächlich mit dem Auto, im Sommer auch mal mit dem Fahrrad, hinfährt. Ihr Haus ist eher praktisch eingerichtet, mit ein paar Lieblingsstücken wie zum Beispiel dem neuen Ecksofa.

Daniela wird oft jünger geschätzt, sie kleidet sich modisch, manchmal sportlich, manchmal schick. Ihre Freizeit verbringt sie, wenn nicht mit einem guten Buch, mit ihrem Freund. Zusammen bereiten sie den Wohnwagen für die Saison vor oder Essen gemeinsam etwas frisch gekochtes aus dem Thermomix.



# Marken im Umfeld



Tupperware®



TOMMY  HILFIGER



**LILLET**®  
MAISON FONDÉE EN 1872

***Makita***®



PEUGEOT



**BECK'S**

# Wettbewerber

**Direkt:** öffentliche Verkehrsmittel wie Bus und Zug

**Indirekt:** Auto, Fahrrad, zu Hause bleiben

# Situationsmetapher

Ein Aufzug. Sie sind einfach zu bedienen, wenn sich die Türen öffnen geht man rein und wählt seine Etage aus. Die Türen schließen sich, und es geht recht zügig voran, man durchquert bequem verschiedene Etagen und gelangt am Ende mühe- und nahtlos an sein Ziel. Die einzige andere Möglichkeit wäre die Treppe, doch das ist anstrengend, kostet viel Zeit und barrierefrei ist es auch nicht wirklich. Aufzüge findet man in nahezu jedem großen Gebäude und sie sind immer mühelos zu erreichen.

# Kernbotschaft

Mühelos, einfach, bequem, erreichbar

**Slogan:** sofort Transport

# Gewünschte Reaktion

Jeden Tag den Automaten nutzen,  
weil dieser immer die einfachste Möglichkeit ist

# Reason Why

Weil öffentliche Verkehrsmittel auf dem Dorf  
unzureichend sind

# Anmutungskriterien

**Einfach:** das Interface ist einfach zu verstehen

**Revolutionär:** ein völlig neues Verkehrsmittel

**Müheless:** Es ist nicht anstrengend zu nutzen

**Zuverlässig:** immer Pünktlich da





# Vorgaben

Hochformat

# Medien

Automat

# Zeitplan

**Abgabe**

Ende des Semesters

# Team

**Autor & Designer**  
Lilian Kaufmann