

CREATIVE BRIEF

AUSGANGSLAGE

Menschen sind im Alltag immer häufiger gestresst und sehnen sich nach Momenten der Entspannung ohne dabei völlige Ruhe oder Stille zu wollen.

Pflanzen sind längst Teil dieses Bedürfnisses: Sie bringen Leben, Farbe und Natur in unsere Wohnungen.

AUFGABE

Gestaltung eines Plakats in 100 x 70 mit Beispiel-Screens der App, was ein Gefühl und Funktionalität für die App vermittelt.

ZIEL

Die App verwandelt Pflanzen in Klangquellen und schafft so eine natürliche, ständig verändernde Atmosphäre, die den Alltag begleitet und spürbar entschleunigt.

PERSONA

Mira ist 29 Jahre alt, lebt in Leipzig und wohnt allein in einer Zwei-Zimmer-Altbauwohnung. Sie ist in einer Beziehung, schätzt aber ihre eigenen vier Wände als wichtigen Rückzugsort. Beruflich arbeitet sie in Teilzeit als Sozialarbeiterin, was sie erfüllt, ihr aber auch zeigt, wie wichtig Ruhe im Alltag für sie ist.

In ihrer Freizeit liebt sie stille Abende zuhause, schreibt Tagebuch, hört Ambient-, Lo-Fi-, Indie- und sanfte elektronische Musik oder töpft Keramik und setzt kleine DIY-Ideen für ihre Wohnung um. Sie geht gern spazieren, trifft Freunde im Café und fährt im Alltag Fahrrad oder mit den Öffentlichen, da sie kein Auto besitzt. Ihr iPhone 11 begleitet sie täglich, in ihrer Tasche finden sich meist nur eine Haarklammer, ein Ladekabel und etwas Geld.

Mira lebt bewusst und bodenständig, kauft bei Lidl, Rewe oder im Biomarkt ein und hat aktuell rund 1.240 Euro auf dem Konto. Sie fürchtet sich vor Tauben und Blitzeinschlägen und sagt gelegentlich Termine mit der Ausrede ab, sie habe viel zu tun – obwohl sie sich eigentlich nur einen ruhigen Abend für sich wünscht. Auf eBay sucht sie nach Spiegeln in ungewöhnlichen Formen. Als Kind wollte sie Künstlerin werden, eine Sehnsucht, die sich bis heute in ihrer Liebe zu Gestaltung und Atmosphäre zeigt.



MARKENUMFELD



WELEDA

patagonia®



SONOS



MITBEWERBER

Direkt

Direkte Konkurrenz bieten ein sehr ähnliches Produkt oder eine vergleichbare Kernfunktion an und richten sich an dieselbe Zielgruppe. Sie konkurrieren unmittelbar um dieselben Nutzerbedürfnisse, Nutzungssituationen und Marktanteile.



PlantWave
Plant Choir

Indirekt

Indirekte Konkurrenz verfolgen einen anderen Lösungsansatz, bedienen aber dasselbe Grundbedürfnis oder lösen ein ähnliches Problem auf alternative Weise. Sie stehen nicht im direkten Wettbewerb, prägen jedoch Erwartungen, Standards und Referenzen im Marktumfeld und sind daher relevant.



Calm
Rain Rain

SITUATIONSMETAPHER

Stelle dir vor, du gehst an einem Sonntagmorgen um 8 Uhr durch den Wald. Es fühlt sich an, als würde die Welt gerade erst erwachen. Es ist ein schöner Sommertag. Die Vögel zwitschern, und warmes Sonnenlicht fällt sanft durch die Blätter auf den Weg. Du setzt dich auf eine Bank im Licht der Morgensonne und lauschst den Geräuschen der Natur.

KERNBOTSCHAFT

Die Morgenstimmung im
sommerlichen Wald strahlt tiefe
Ruhe und friedliche Schönheit aus,
während die Natur sanft erwacht.

GEWÜNSCHTE REAKTION

Beim Betrachten des Plakats sollen Nutzer:innen unmittelbar Ruhe und Entspannung empfinden. Die visuelle Gestaltung vermittelt einen Moment des Innehaltens und stellt eine direkte Verbindung zur App her. Es entsteht das Verlangen, diese Ruhe selbst zu erleben, und die App wird als Zugang zu diesem Zustand wahrgenommen.

SLOGAN

*Klang aus der
Ruhe der Natur*

ADJEKTIVE

entspannend

natürlich

gemütlich

personalisiert

sanft

MOODBOARD



FARBGEBUNG

Primär

Sekundär

Akzent

#1D211F

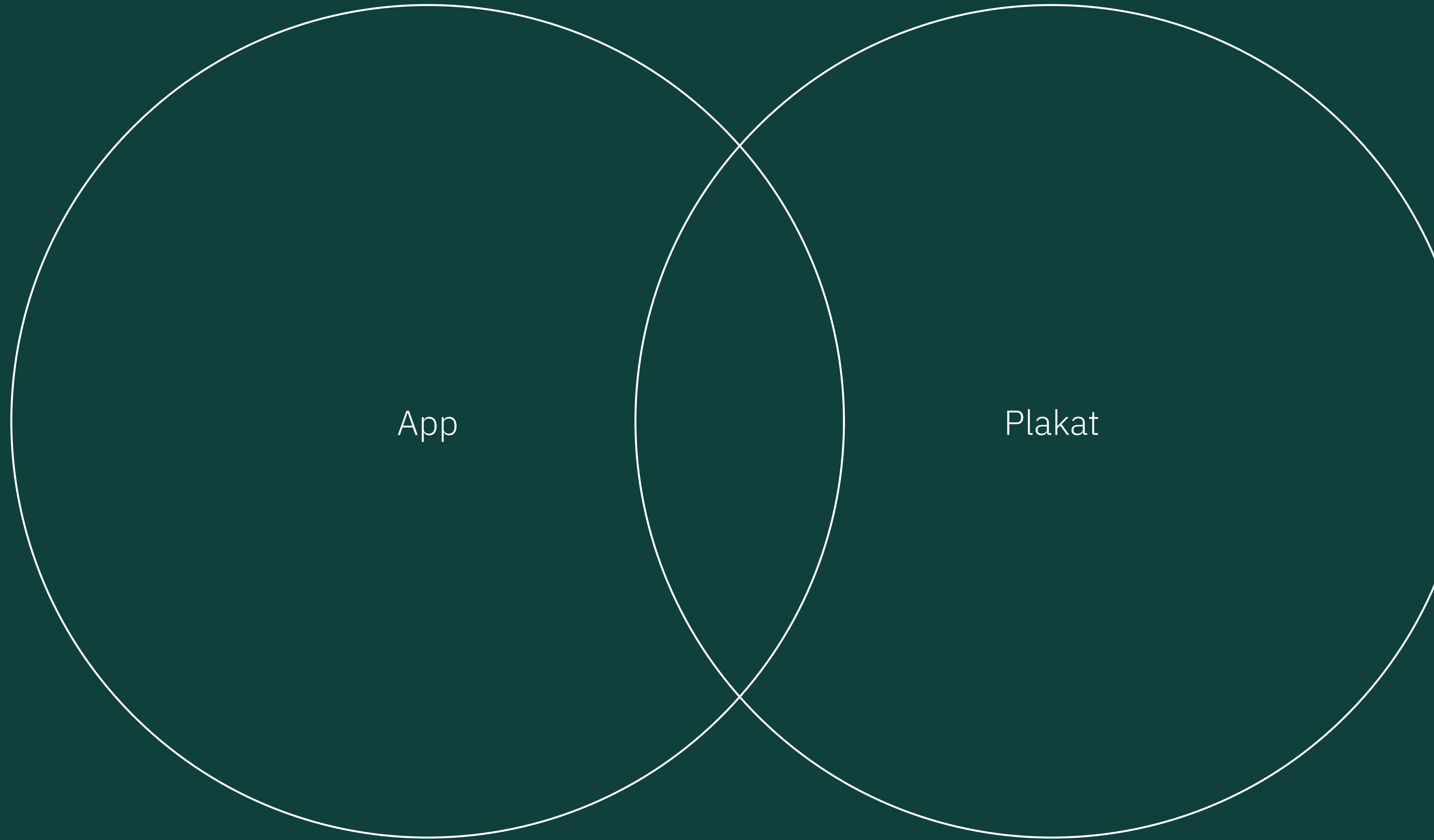
#434A47

#70AE6E

#EC4E20

#EFEFEF

MEDIEN



ZEITPLAN

Wintersemester 2025/2026
Abgabe: 29. Januar 2026

TEAM

Konzeption, Design, Umsetzung:
Frederik Mörbe