

theda-linn stoklas

Der Creative Brief

2. semester, digitale applikationen

Ausgangslage

was koche ich denn jetzt noch?

oder vielleicht bestelle ich doch eher was?

es ist schwierig motivation zum kochen zu finden.

man, kochen macht mir doch eigentlich spaß.

zwei bis fünf beispielhafte gestaltete screens einer app,
die dann auf ein plakat 70x100cm gedruckt werden.

Aufgabe

Ziel

Du rührst im Topf, schnibbelst Gemüse, tanzt durch die Küche wie Rémy in Ratatouille. Alles wird zu einer inspirierten Choreografie im Rhythmus der Musik, die du auf volle Lautstärke gedreht hast. Du bist nicht mehr nur Koch, sondern der Hauptdarsteller in deiner eigenen kulinarischen Show.

Kochbegeisterte in jedem Alter mit Fokus auf
Zielgruppe Junge Erwachsene

Persona: Phillip, 25

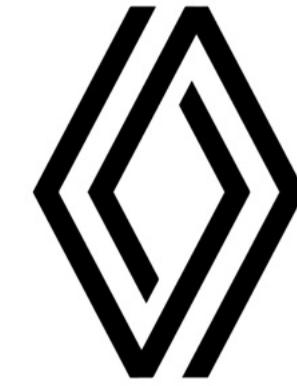
- Männlich
- Studiert Sustainable Engineering
- Freiburg im Breisgau
- Wohnt in einer WG
- Single
- Hat getrennte Eltern
- Jobbt in einer Fahrradwerkstatt weil er sich für Fahrräder interessiert
- In der Gravelbike Bubble
- Hobbymäßig interessiert er sich fürs Gärtnern auf dem Balkon und auch fürs kochen
- Eigentlich hält er nicht viel davon ein Auto zu haben, weil: teuer und schlecht für die

- Umwelt. Aber fürs Reisen: ein alter Renault Kangoo
- Fairphone
- Hört Deutschen Indie/HipHop und deutsche Pop Musik von vor 10 Jahren
- Kauft aus finanziellen Gründen bei Rewe (Bio), dm, Aldi & ab und zu bei Alnatura ein
- Im Auto liegen Proteinriegel, Fahrradtrinkflaschen sowie immer ein Recup mit dem letzten Kaffeesatz und Fahrradtaschen und Zubehör
- Hat Angst, in seinen 20ern nicht alles gemacht zu haben. Möchte nichts falsch machen und dazugehören aber auch einzigartig sein.

- Hat schon behauptet, dass er Straka nicht nutzen würde, obwohl er es tut.
- Wählt die Linken, obwohl ihm die Grünen früher besser zugesagt haben, möchte aber dem Rechtsruck entgegen wirken
- Kontostand: 1.742,95€
- Schaut auf Kleinanzeigen nach Vintage Möbeln und Einmachgläsern (weck) und im Winter auch nach Skiausrüstung
- Wollte als Kind Astronaut werden
- Eigenschaften: reflektiert, etwas unsicher, will dazugehören und individuell sein, ironisch, interessiert an Nachhaltigkeit und Musik

Persona: Phillip, 25





RENAULT



REWE



BIRKENSTOCK®

ROSE



CLUB-MATE

Vinted



Marken im Umfeld

Direkte Mitbewerber

Streaming-Playlists:

Spotify, Apple Music, Deezer,
Musicook, Supper & Music Paring

Indirekte Mitbewerber

Audiomedien, die keine Musik sind (Podcasts, Nachrichten)

Smart Home- und Sprachassistenten

Die Stille oder Gespräche

Manuelle Musiksuche (der Nutzer wird zum DJ für sein Essen)

Zufällige Musikquellen (Radio, generische Playlists)

Ganz zufällig stolperst du über dieses kleine Geschäft in einer Seitengasse. Kaum öffnest du die Tür, weist du: Das ist DEN Laden. Dieses Geschirr! Total begeistert flitzt du wie eine Fee von der einen zur nächsten Ecke. Oh wie schön sind denn die Postkarten? Die Trinkflasche muss ich unbedingt haben. Und hier riecht es auch so gut.

Situationsmetapher

Kernbotschaft

Musik würzt dein Kochen

Gewünschte Reaktion

Phillip hat in der Uni von der neuen Musik-App fürs kochen gehört und öffnet direkt den App Store auf seinem Smartphone, um die App schonmal fürs Kochen heute Abend runterzuladen.

Reason Why

Damit Kochen mehr Spaß macht, weil Spotify & co.
nicht exakt darauf ausgelegt sind und deshalb
auch kein so gutes Erlebnis bieten können.

Vorgaben

Die 10 Designregeln
beachten und umsetzen.

Ich mit mir
Team

Zeitplan

Wintersemester 2025/26

mit Abgabe am 28.01.2026

Locker(heit)

Authentisch

Hände reichend/verbindend

Enthusiastisch

Anmutungskriterien

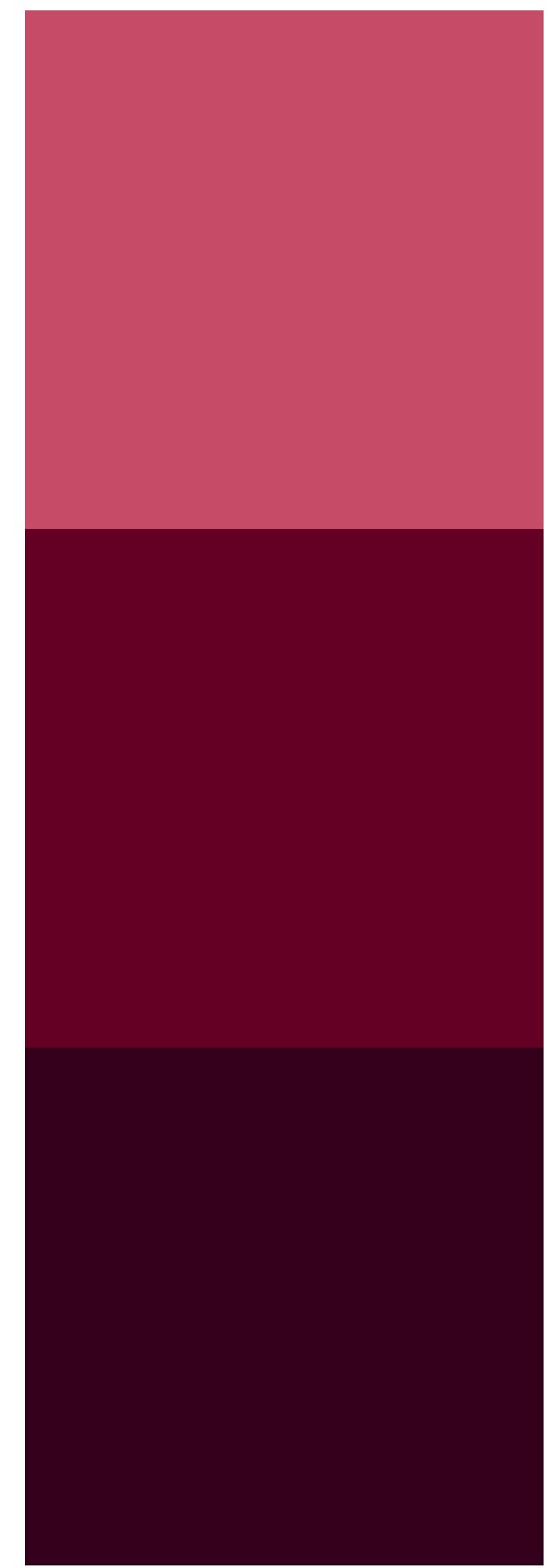
Faßgebung



Färbegruppung



Fairlogenburg



SoundToServe

CookFlow

Taste the Beat

Namensgebung

SoundToServe