

MAND

KONZEPT

Durch ausführliche Benchmarks, einem Brandwheel und drei verschiedene Personas, konnten wir zutreffende Mission- und Vision Statements formulieren, die uns gelehrt haben, unsere gestalterische Umsetzung gezielt zu verfolgen. Aufgrund eines Moodboard definierten wir, wie wir uns visuell ein Produkt zum Thema Selbstfürsorge vorstellen. Hierbei wurde klar, dass wir zum einen Leichtigkeit und zum anderen eine dunklere endende Visualität darstellen wollten, die sich gegensätzlich zueinander verhalten.

Finja



Customer Journey

Es ist ein entspannter Abend nach der Arbeit. Finja hat sich zurechtgefunden, geht ins Bad, um sich zu entspannen. Sie hat sich ein Journal gekauft, um sich selbst zu reflektieren und zu entspannen. Sie ist glücklich und zufrieden.

Finja ist 22 Jahre alt und hat eine tolle Ausbildung im Bereich Marketing. Sie ist sehr kreativ und hat eine tolle Vorstellungskraft. Sie ist sehr aktiv und hat viele Hobbys. Sie ist sehr offen für neue Erfahrungen und ist immer bereit, sich zu probieren. Sie ist sehr freundlich und hat viele Freunde. Sie ist sehr glücklich und zufrieden mit ihrem Leben.

Julian



Customer Journey

Julian kommt morgen die Arbeit für seine Hausarbeit. Er ist sehr nervös und hat viele Fragen. Er ist sehr aktiv und hat viele Hobbys. Er ist sehr offen für neue Erfahrungen und ist immer bereit, sich zu probieren. Er ist sehr freundlich und hat viele Freunde. Er ist sehr glücklich und zufrieden mit seinem Leben.

Julian ist 25 Jahre alt und studiert seit 4 Semestern Geografie. Er ist sehr aktiv und hat viele Hobbys. Er ist sehr offen für neue Erfahrungen und ist immer bereit, sich zu probieren. Er ist sehr freundlich und hat viele Freunde. Er ist sehr glücklich und zufrieden mit seinem Leben.

Isabell



Customer Journey

Isabell kommt nach einem langen Tag mit Arbeit nach Hause. Sie ist sehr müde und hat viele Fragen. Sie ist sehr aktiv und hat viele Hobbys. Sie ist sehr offen für neue Erfahrungen und ist immer bereit, sich zu probieren. Sie ist sehr freundlich und hat viele Freunde. Sie ist sehr glücklich und zufrieden mit ihrem Leben.

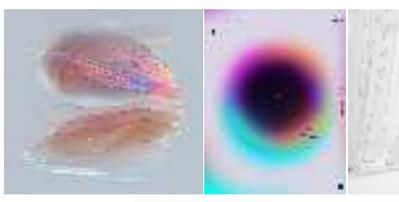
Isabell ist 27 und arbeitet im Personalmanagement einer Firma in München. Sie hat ein tolles Hobby, das ist das Kochen. Sie ist sehr aktiv und hat viele Hobbys. Sie ist sehr offen für neue Erfahrungen und ist immer bereit, sich zu probieren. Sie ist sehr freundlich und hat viele Freunde. Sie ist sehr glücklich und zufrieden mit ihrem Leben.

Personas

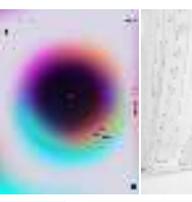
Die Vision für die Zukunft ist, dass Menschen durch ihre erlernte Selbstreflexion, Selbstwertschätzung, und Achtsamkeit besser mit sich selbst und ihren Mitmenschen umgehen, um einfacher Glück zu empfinden.

Das Selfcare-Kit bietet eine Einführung in die Verbesserung des physischen und psychischen Wohlbefindens der Kund*innen.

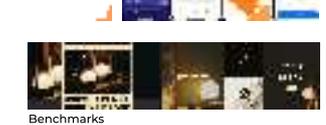
Visionstatement



Missionstatement



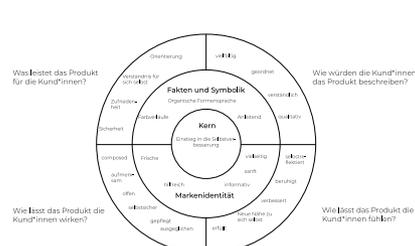
Moodboard



Benchmarks



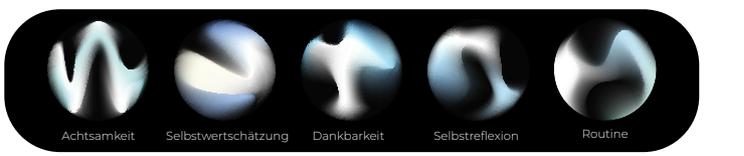
Inspiration durch AI



UMSETZUNG

Systematik des Produktes

Die Box besteht aus einer Anleitung, Sticker innerhalb der Anleitung, einem Journal und verschiedenen Hautpflegeprodukten. Die Anleitung ist unterteilt in die Themen Achtsamkeit, Dankbarkeit, Selbstreflexion, Selbstwertschätzung und Routine. Mit jedem neuen Thema werden neue Produkte in deine Hauptroutine integriert, sowie Sticker beiliegend, die mit Journalnotizen beschriftet sind. Diese Notizen du anschließend auf die passende Seite innerhalb deines Journals und beantwortest sie schriftlich.



SUNTAGE MONTSERRAT LIGHT Typografie

Unserer Farben und Formensprache basiert auf dem Gefühl von Leichtigkeit – die starke, strenge Typografie verleiht dem Gefühl eines Ankerpunktes – das Produkt verbindet zwar Leichtigkeit, aber du behältst deine Bodenständigkeit, du 'Jebst' nicht ab, weil du geerdert bist.



Wortmarke

Mynd setzt sich zusammen aus den Wörtern 'mind' und 'mynd', die Konsument*innen sich mit ihrer Psyche zusammenschließen, die sich aus ihrem inneren 'ich' herauskristallisiert. Unser Anspruch an die Wortmarke war es, Selbstfürsorge nicht verständlich auf eine frische Art und Weise zu repräsentieren. Es soll zudem anspruchsvoll genug sein, da die Zielgruppe aus Personen im Erwachsenenalter besteht.

ANWENDUNG

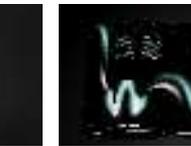
Uns war es wichtig, eine große Medienvielfalt anzustreben. Durch die klare Definition des Inhalts unserer Box, war es möglich ein einheitliches zusammenhängendes Designsystem zu entwickeln. Jedes einzelne Medium hat seine Sinnhaftigkeit und Verbindung mit anderen Medien. Am Ende ist es uns gelungen eine Mischung aus leichter sinnlicher und erdender dunkler Gestaltung zu erzeugen.



MYND Box



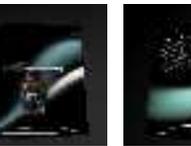
Anleitung



Journal



Sticker für das Journal



Webseite



Hauptpflegeprodukte



Erklärungsbogen



Journal



Journal



Journal



Journal



Journal

Elisabeth Suchan
Nina Wolf
Begleitung von Prof. Carl Frech
MYND

Das Selfcare-Kit bietet eine Einführung in die Verbesserung des physischen und psychischen Wohlbefindens der Kund*innen, sodass sie durch ihre erlernte Achtsamkeit, Selbstwertschätzung und Selbstreflexion besser mit sich selbst und ihren Mitmenschen umgehen, um einfacher Glück zu empfinden.