

# **Grundlagen Crossmedia und integrierte Kommunikation**

Semesterprojekt „Apple Analyse“

Annalena Weber, Lorena Lammer,  
Viktoria Britz  
FH Trier – Intermediales Design  
2. Semester – WS 2010  
Prof. Dipl. Des. Tom Hirt

# Analyse Apple

## Kommunikation



Ideensammlung

### Die Marke

- Eigener Stil mit hohem Wiedererkennungswert (gleichbleibende Elemente wie zB Typografie, abgerundete Ecken, silber, herausstechende Musik)
- Wird erreicht durch reduziertes, einfaches Design und futuristische Elemente -> setzen Trends

### Auftreten der Marke

- Der Wiedererkennungswert: die einfache Bedienung und die innovativen Angebote erzeugen beim User ein familiäres Grundgefühl. Steve Jobs erscheint aufseiten der User nicht profitgierig
- Elemente wie Klang, Aussehen und Form der Marke sind gleichbleibend -> gewohnt, familiär

### Zielgruppe

- Allgemein gesehen die gesamte moderne Gesellschaft - diese wird wiederum von Apple geformt und definiert (kreislauf)
- "Moderne Gesellschaft" beinhaltet nach Apple v.a. Kreative, Businessmenschen, Jugendliche und Trendsetter

## Grundlagen Crossmedia und integrierte Kommunikation

# Internet



Apple Online Store



Ping

- Apple versorgt rundum: Angebote sind breit gefächert

- Innovationen wie Ebooks, Podcasts und Apps werden schnell übernommen und angeboten

- Itunes verbindet die Apple-Gemeinde (Ping), vereint diverse Apple-Angebote in einem Programm (Onlineshop, Downloads, Browser, Ebooks usw)

- Der User benötigt keine Apple-Externen Anwendungen mehr



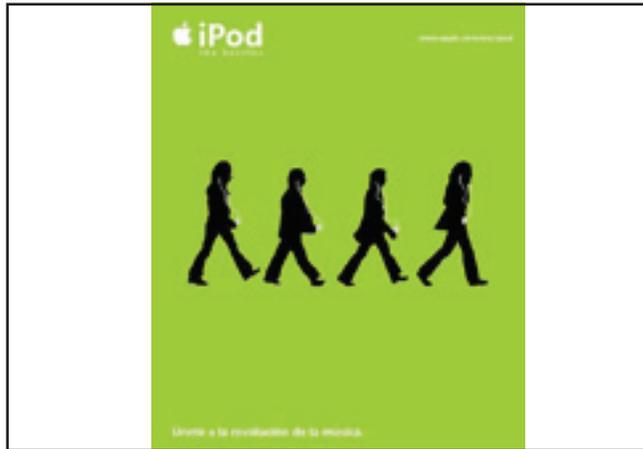
Safari Webbrowser



Ebook- AppTextunes

## Grundlagen Crossmedia und integrierte Kommunikation

# Printwerbung



-Ansprechende Plakate, die wieder die Eleganz und Leichtigkeit von Apple wiedergeben

-Den Produkten liegen Sticker des allseits bekannten Logos bei

Ipod Printwerbung



Iphone Plakat

## Grundlagen Crossmedia und integrierte Kommunikation

# TV



Apple Werbespot

-auch hier wird alles sehr einfach, minimalistisch gehalten

-Die Musik, wie auch der Aufbau der Werbung hat einen hohen Wiedererkennungswert

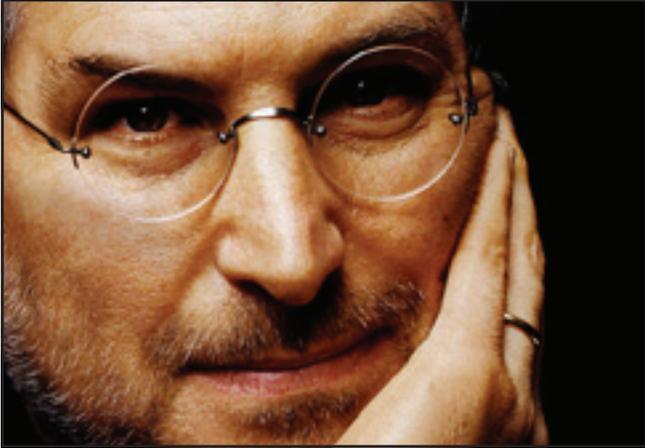
-Es wird dem Zuschauer präsentiert, wie einfach Apple zu handhaben ist



Iphone Werbespot

## Grundlagen Crossmedia und integrierte Kommunikation

# Außerhalb des Internets



Steve Jobs

- Über die Jahre hat Apple eine große Fangemeinde gewonnen; Mund zu Mund Propaganda ist dadurch ein wichtiges Kommunikationsmittel geworden
- Leute können sich gut mit dem eleganten und jungen Image identifizieren
- Apple ist zu einer Lovemark geworden, die regelrecht abhängig macht
- Apple- Lifestyle



Ipad Verkauf

## Grundlagen Crossmedia und integrierte Kommunikation