ARDA

ARNO RETAIL DESIGN AWARD

ARNO®

PLOOT

OUTLETCITY METZINGEN

ARNO®

SHAPING THE BRAND.
TOGETHER.

Copyright by ARNO

ARDA

TALENT SCOUTING

Der ARDA ist ein von der ARNO Group und dem Art Directors Club (ADC) 2016 ins Leben gerufener Retail Design Award. Die Förderung des kreativen Nachwuchses in diesem Bereich ist beiden Initiatoren ein besonderes Anliegen. Die Ziele des ARDA sind: Die Entwicklung herausragender Retail Designs in Zeiten der Digitalisierung zu fördern und jungen Gestaltern die Möglichkeit zu bieten, sich und ihre innovativen Konzepte einem internationalen Publikum aus Kreation und Wirtschaft zu präsentieren. Dazu gibt es immer herausfordernde Aufgabenstellungen und auf die Gewinner warten ein Preisgeld in Höhe von 3.000 € sowie exzellente Networking-Chancen.

Copyright by ARNO

ARDA
2018

FROM OFFLINE TO ONLINE TO OFFLINE

THE NEW WAY OF OUTLET BUYING

Copyright by ARNO

AUFGABENSTELLUNG

ARDA
2018

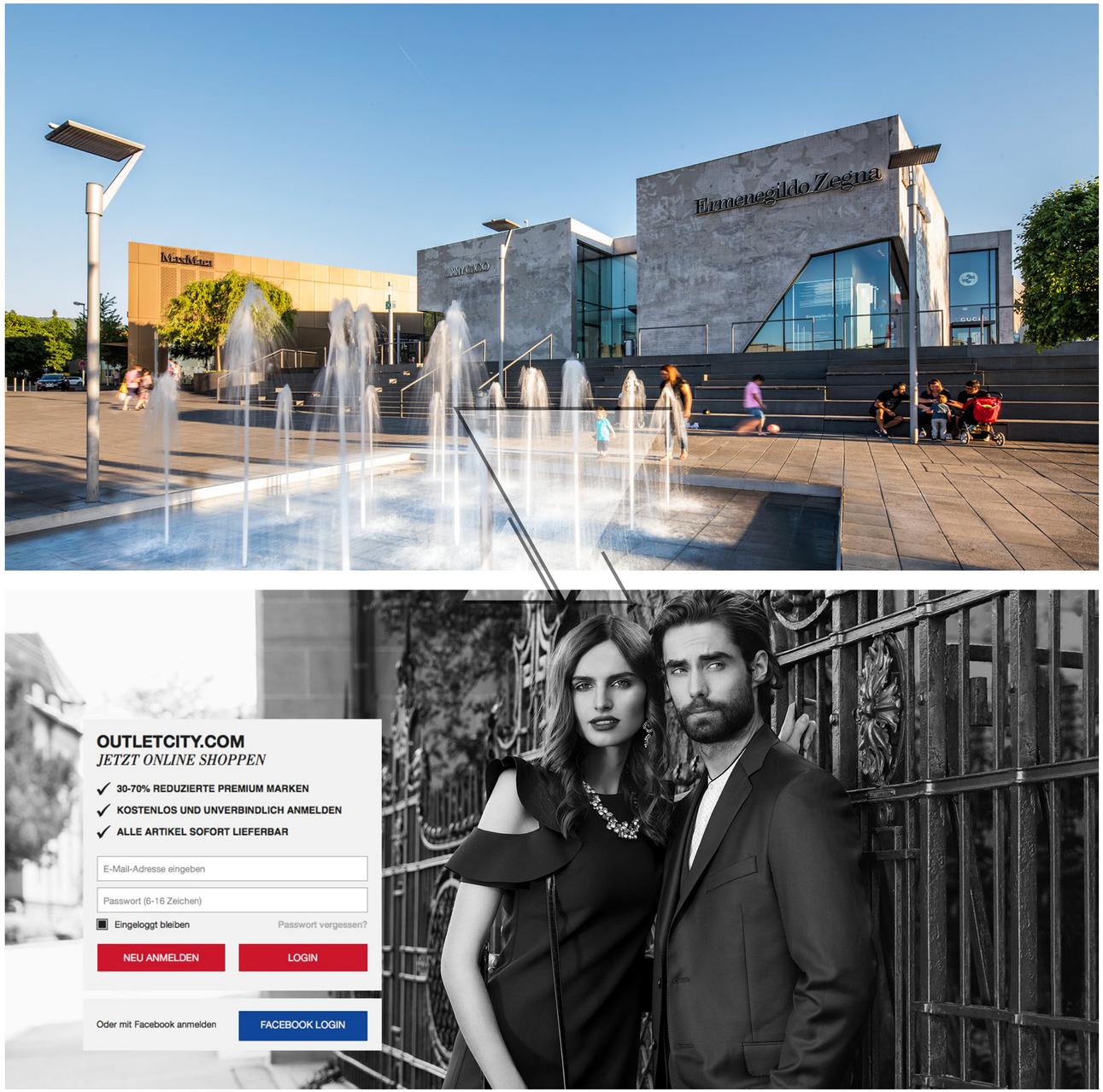
Weg von der trockenen Theorie - hin zum realen Business! Entwickle in einem einzigartigen Projekt der Holy AG den weltweit ersten stationären, digitalisierten Showroom für deren Onlineshop OUTLETCITY.COM.

Copyright by ARNO

STORY

OUTLETCITY METZINGEN

Die Outletcity Metzingen (OCM) ist eines der größten und beliebtesten Outlets Europas und besitzt als weltweit einziges Outletcenter mit outletcity.com einen eigenen Online-Store. Um diesen bestehenden Online-Shop physisch zu repräsentieren und das Offline-Brand-Angebot zu erweitern, soll vor Ort ein virtueller Showroom geschaffen werden. Mit dem innovativen Projekt ergänzt das europaweit erste Multi-Channel-Outlet erneut sein Portfolio. Im Showroom selbst sollen neben der physischen Platzierung des Online-Stores auch variable Themenwelten präsentiert werden, welche in eine außergewöhnliche Atmosphäre eingebettet sind.



Copyright by ARNO

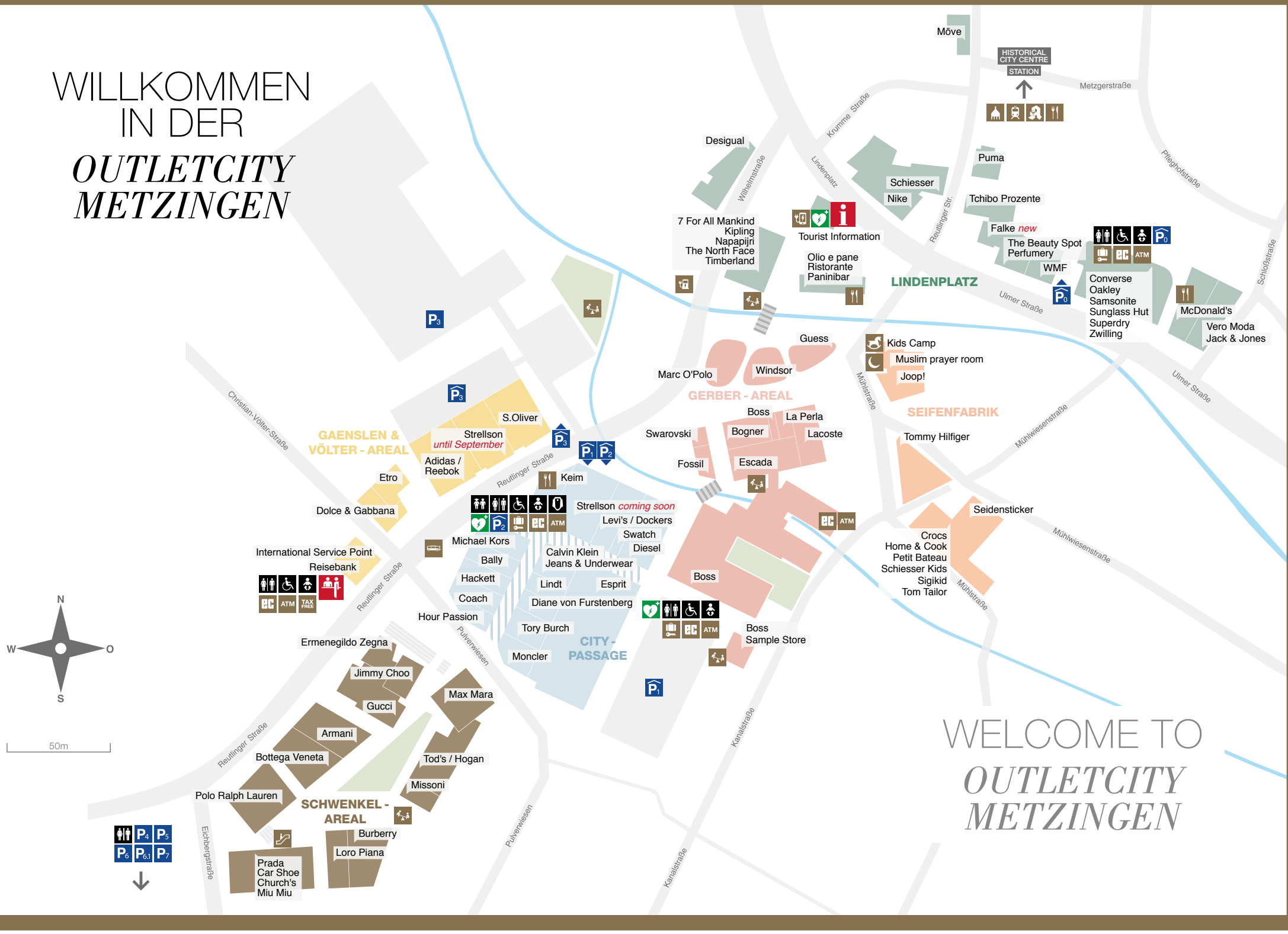
OUTLETCITY METZINGEN

ARDA 2018

- Betreiber: Holy AG.
- Besucherstruktur: ca. 55 % Frauen und 45 % Männer.
- Rund 60 % des Umsatzes durch nationale Kunden und 40 % durch internationale Kunden.
- Die internationalen Gäste generieren pro Besuch mehr Umsatz als nationale Gäste.
- Die OCM besuchen rund 4 Mio. Besucher pro Jahr aus über 185 Nationen.
- Die OCM ist das 1. Outlet in Deutschland,
eines der ersten Outlets in ganz Europa und zählt zu den TOP 3 Outlets in Europa.
- Die OCM ist weltweit das einzige Outlet, das einen eigenen Online-Shop besitzt.
- Die OCM zeichnet sich durch preisgekrönte Architektur aus
und ist inmitten einer gewachsenen Stadt verankert.
- Die OCM besteht aus hochwertigen Flagship Outlets, d.h. die Stores sind deutlich größer
als bei anderen Outlets. Größere Stores bieten ein volles Warensortiment (Kids, Haka,
DOB, Accessoires etc.) und eine breitere Größenvielfalt.

Copyright by ARNO

WILLKOMMEN IN DER *OUTLETCITY METZINGEN*



SCHWENKEL - AREAL
SEIFENFABRIK
GAENSLEN & VÖLTER-AREAL
LINDENPLATZ
CITY - PASSAGE
GERBER - AREAL

Tourist Information +49 (0)7123 92 53 26

International Service Point / Reisebank

Defibrillator

Toiletten | restrooms

Kindertoiletten
children's restrooms

Barrierefreie Toilette | wheelchair accessible restrooms

Hocktoilette | squat toilet

Wickelraum | baby changing facilities

Kinderbetreuung im Kids Camp | child care at Kids Camp

Restaurant

Geldautomat | cashpoint

Geldautomat | cashpoint

Kinderspielgeräte | play areas

Muslimischer Gebetsraum | muslim prayer room

Schließfächer | lockers

Stadtzentrum | historical city centre

Apotheke | pharmacy

Shopping Shuttle Haltestelle | shopping shuttle stop

Bahnhof | station

E-Tankstelle | electronic vehicle charging station

Handyladestation | mobile device charging station

Rolltreppe | escalator

MARKEN BRANDS

Fashion

- 7 For All Mankind
- Armani
- Bally
- Bogner
- Boss
- Bottega Veneta
- Burberry
- Calvin Klein Jeans
- Coach
- Converse
- Desigual
- Diane von Furstenberg
- Diesel
- Dolce & Gabbana
- Ermenegildo Zegna
- Escada
- Esprit
- Etro
- Falke
- Gucci
- Guess
- Hackett
- Jack & Jones
- Joop!
- Lacoste
- Levi's / Dockers
- Loro Piana
- Marc O'Polo
- Max Mara
- Michael Kors
- Missoni
- Moncler
- Napapijri
- Oakley
- Polo Ralph Lauren
- Prada/Miu Miu
- S.Oliver
- Seidensticker
- Strellson
- Superdry
- Timberland
- Tom Tailor
- Tommy Hilfiger
- Tory Burch
- Vero Moda
- Windsor

Shoes, bags & accessories

- 7 For All Mankind
- Adidas
- Armani
- Bally
- Bogner
- Boss
- Bottega Veneta
- Burberry
- Calvin Klein Jeans
- Coach
- Converse
- Crocs
- Desigual
- Diane von Furstenberg
- Diesel
- Dolce & Gabbana
- Ermenegildo Zegna
- Escada
- Esprit
- Etro
- Fossil
- Gucci
- Guess
- Hackett
- Jack & Jones
- Jimmy Choo
- Joop!
- Kipling
- Lacoste
- Levi's / Dockers
- Loro Piana
- Marc O'Polo
- Max Mara
- Michael Kors
- Missoni
- Moncler
- Napapijri
- Nike
- Oakley
- Polo Ralph Lauren
- Prada / Car Shoe / Church's / Miu Miu
- Puma
- S.Oliver
- Samsonite
- Strellson
- Sunglass Hut
- Swarovski
- The North Face
- Timberland
- Tod's / Hogan
- Tom Tailor
- Tommy Hilfiger
- Tory Burch
- Vero Moda
- Windsor

Sports & outdoor

- Adidas
- Bogner
- Boss
- Converse
- Lacoste
- Moncler
- Napapijri
- Nike
- Oakley
- Puma
- Superdry
- The North Face
- Timberland

Watches & jewellery

- Armani
- Boss
- Bottega Veneta
- Coach
- Diesel
- Escada
- Fossil
- Guess
- Hour Passion
- Joop!
- Michael Kors
- Prada
- Swarovski
- Swatch
- Tory Burch

Underwear & lingerie

- Armani
- Boss
- Calvin Klein Underwear
- Falke
- Joop!
- La Perla
- Marc O'Polo
- Petit Bateau
- Schiesser
- Schiesser Kids
- Sigikid
- Strellson

Travel

- Bally
- Boss
- Ermenegildo Zegna
- Kipling
- Michael Kors
- Missoni
- Samsonite
- Tchibo Prozente*
- The North Face

Home

- Etro
- Home & Cook
- Joop!
- Marc O'Polo
- Missoni
- Möve
- Tchibo Prozente*
- WMF
- Zwilling

Beauty

- Boss
- Bottega Veneta
- Home & Cook
- Prada
- The Beauty Spot Perfumery*

Kids

- Adidas
- Armani
- Converse
- Crocs
- Desigual
- Esprit
- Falke
- Gucci
- Hackett
- Kipling
- Lacoste
- Loro Piana
- Missoni
- Moncler
- Napapijri
- Nike
- Petit Bateau
- Polo Ralph Lauren
- Prada
- Puma
- S.Oliver
- Samsonite
- Schiesser Kids
- Sigikid
- Swatch
- The North Face
- Timberland
- Tom Tailor
- Tommy Hilfiger
- WMF
- Zwilling

Toys

- Sigikid

Sweets

- Lindt

Food & beverages

- Bäckerei Keim
- McDonald's
- Olio e pane
- Tchibo Prozente*

* Diese Marken bieten zusätzlich preisorientierte, preisreduzierte und nicht preisreduzierte Artikel an.
These brands also offer price-oriented, reduced and unreduced articles.

und weitere Restaurants im Stadtzentrum | and many more restaurants at the city centre

MASTERPLAN
OUTLETCITY METZINGEN

Maßstab 1/1000

19.10.2017

Holy AG
Friedrich-Herrmann-Straße 6
72555 Metzingen

BRIEFING

1 ZIEL

Ziel des ARNO Retail Design Awards 2018 ist es, ein realisierbares Konzept für einen physischen, virtuellen Showroom zu kreieren. Dieser soll die Outletcity Metzingen durch seine Einzigartigkeit von anderen Outlets abheben. Dabei müssen folgende Punkte beachtet werden:
Die Retail-Strategie muss berücksichtigen, dass der Showroom mehrmals im Jahr für verschiedene Themenwelten als Multibrand-Store, oder als PopUp-Store für eine Marke umgestaltet werden soll.
Das Konzept muss Potenzial für wirtschaftlichen Erfolg bieten.
Die Customer Journey und Customer Experience (vor, während und nach dem Showroom-Besuch) müssen im Zeitalter der Digitalisierung konsistent berücksichtigt werden und auf eine internationale Käuferschaft ausgerichtet sein.

2 AUFGABE

Entwickle einen Retail-Auftritt samt einer 1-Jahres Strategie, die sich in der Outletcity Metzingen platzieren lässt. Konzipiere dabei die Inszenierung der Themenwelten und integriere digitale Technologien. Berücksichtige die Rolle des Personals und der Customer Experience ausgehend von einer Conversion Rate von 15 %. Es ist Dir freigestellt, ob es sich um ein flexibles System (platzierbar an unterschiedlichen Orten) oder eine stationäre Ladensituation handeln soll.
Zum Kick-off des Wettbewerbs wird ein Webinar mit den Beteiligten der Holy AG stattfinden.
Erwartet wird ein formal ausgearbeiteter Entwurf eines physischen virtuellen Showrooms. Die Visualisierung sollte in Skizzen, 3D-Renderings, Filmen oder Modellen erfolgen. Es ist Dir freigestellt, welche Form der Visualisierung Du wählst. Erkläre Dein Konzept anhand einer Präsentation und einem einseitigen Erklärungspaper in Form von PDF-Dateien.

3 INFO

Nutzung von 80-100 m^2 Fläche
Angemessene Repräsentation des virtuellen Onlineshops
Integration von digitalen Elementen, Fokus auf Touch und Experience
Präsentation von 4-6 Themenwelten pro Jahr: z.B. Accessories, Saisonale Ware etc.
Flexibilität um 1 Marke als PopUp-Store oder bis zu 6 Marken in einer Themenwelt zu präsentieren. Z.B. Premium Ski (Kjus, Mammut, Patagonia, Sportalm, J.Lindeberg, Peak Performance), Contemporary (Tiger of Sweden, Kooples, Paul Smith, Filippa K., Sandro), Urban (Noodie Jeans, Saucony, Acne, Wood Wood, Maison Kitsuné)
Inszenierung der Marken und Produkte gemäß des Markenimages
Sicherstellung der flexiblen, schnellen Veränderung der Themenwelten (über Nacht, ohne größere Umbaumaßnahmen)
Ware kann digital oder in geringer Stückzahl zum Anprobieren vor Ort präsentiert werden. Die finale Order läuft digital über entsprechende Touchpoints / Personal.
Berücksichtigung der internationalen Besucherstruktur (s. Anlage)

Copyright by ARNO

BEWERTUNGSKRITERIEN

ARDA
2018

- Erfüllung der Aufgabenstellung
- Eigenständiges Gestaltungskonzept
- Ästhetik und Funktionalität
- Customer Journey und Customer Experience
(vor, während und nach dem Showroom-Besuch)
- 1-Jahres Strategie
- Digitalisierung
- Intuitives Orientierungssystem
- Herausarbeitung der Marken- und Themenwelten
- Mehrwert für Konsumenten und die Outletcity Metzingen
- Gestalterisch ansprechende Präsentation

Eine multidisziplinäre Jury wird die eingesendeten Arbeiten bewerten. Die Professionalität, Erfahrung und Kernkompetenzen der einzelnen Mitglieder in den Bereichen Handel, Retail Design, Digitalisierung, Omni-channel Marketing, Markenkommunikation und Architektur repräsentieren den hohen Anspruch des ARDA.

Copyright by ARNO

VORTEILE AUF EINEN BLICK

ARDA
2018

- 3.000 € Gewinnprämie
- Reales Projekt aus dem Handelsumfeld, das umgesetzt wird
- Ehrung der Gewinner beim ADC Festival in Hamburg
- All Access Tickets für das ADC Festival
- Persönlicher Kontakt zur ARDA Jury
- Teilnahme am ARDA Lab
- Ruhm und Ehre

Fragen zum Ablauf oder zur Organisation? Dann wendet euch bitte an Diana unter marketing@arno-online.com

Copyright by ARNO

COACHES

ARDA
2018

WIR UNTERSTÜTZEN EUCH GERNE BEI SÄMTLICHEN PROJEKTBEZOGENEN FRAGEN.

CLAUDIO WOLFRING

Creative Director, ARNO Group
c.wolfring@arno-online.com
Tel.: +49 7022 5001 920

JEAN-LOUIS VIDIÈRE

Conception und Scenography
jlvidiere@esepe.com
Tel.: +49 172 72 70 469

Copyright by ARNO

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

ARDA
2018

- Einsendeschluss ist der 26.02.2018 unter www.arno-online.com/de/arda
- Teilnahmeberechtigt sind Studenten und Junioren mit max. 5 Jahren Berufserfahrung aus den Bereichen Retail Design, Corporate- und Interieur Design, Digitalisierung, Multi-Channel, Kommunikation im Raum, Architektur, Räumliche Inszenierung o. Ä.
- Ihr könnt im Team oder als Einzelkämpfer antreten.
- Die Teilnahme ist kostenfrei und der Gewinn ist nicht übertragbar.
- Mit der Einsendung der Unterlagen nimmt der Urheber automatisch am Wettbewerb teil und akzeptiert dessen Bedingungen.
- Jeder Teilnehmer darf nur einmal am diesjährigen Wettbewerb teilnehmen.
- Es dürfen nur eigene Konzepte eingereicht werden.
- Teilnehmer, die gegen die Wettbewerbsbedingungen verstoßen, werden vom Wettbewerb ausgeschlossen.
- In diesem Fall können Preise auch nachträglich aberkannt und zurückgefordert werden.
- Die bei dem Wettbewerb erhobenen personenbezogenen Daten werden ausschließlich zur Durchführung des Wettbewerbs genutzt.
- Alle Einsendungen werden von einer Fachjury beurteilt.
- Mit der Einsendung des Entwurfes erklären sich die Teilnehmer damit einverstanden, dass die eingereichten Unterlagen zum Zweck der Verkündung der Gewinner/innen veröffentlicht werden dürfen.
- Alle Rechte an den Entwürfen verbleiben beim Urheber.

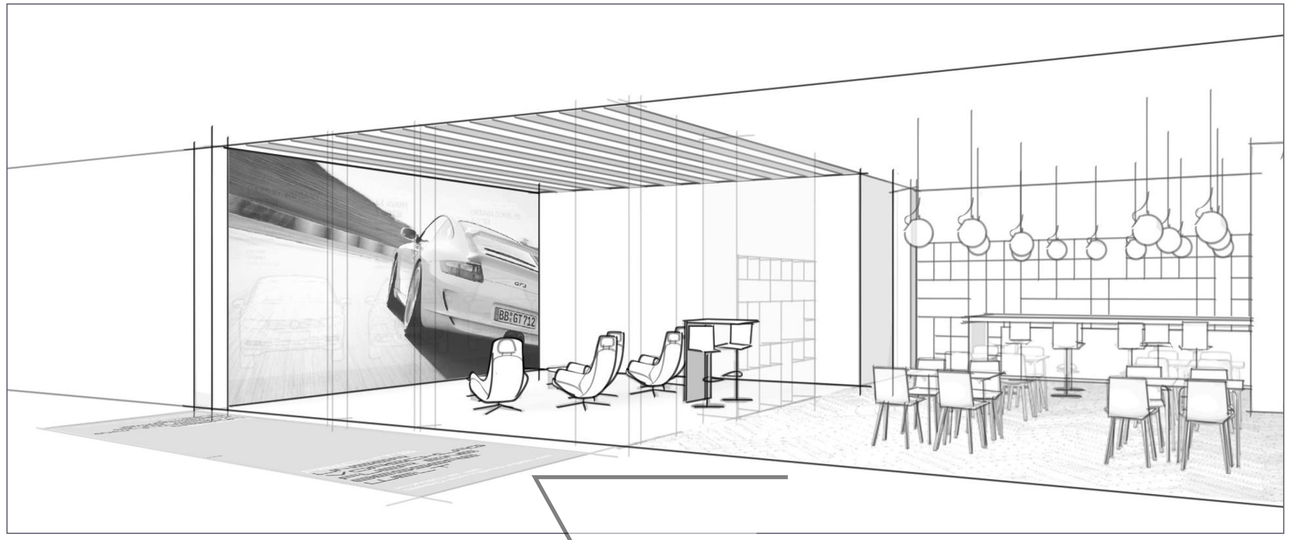
Copyright by ARNO

AFTER ARDA

FOLGEPROJEKTE - ESSENCE MAKER SHOP

Der ARDA bietet den Studenten weitaus mehr als Ruhm, Ehre und Preisgeld. Er dient als Plattform, um sich den Rising Stars der Designer Szene sowie namhaften Unternehmen zu präsentieren, wichtige Kontakte zu knüpfen und dabei direkt in der Branche Fuß zu fassen. So erhielten die Top 3 Teams von 2016 beispielsweise die einzigartige Möglichkeit, nach dem ARDA in Zusammenarbeit mit ARNO einen einzigartigen Do-it-yourself Maker Shop für Cosnova's Marke essence zu entwickeln und zu designen.

Copyright by ARNO



WINNERS

2016

Der erste ARDA der Geschichte stand unter dem Motto: „Retail Design eines Konzern-Stores der Zukunft im Kontext der Digitalisierung.“ Dabei setzten sich Studenten aus der HfG Schwäbisch Gmünd mit ihrer Umsetzung des Themas im Rahmen eines „VW Business Class Stores“ vor allem durch dessen strategische Erfolgsaussicht durch. Mit ihrem Konzept vereinfachen die zwei Masterstudenten nicht nur den langwierigen Vorgang der Konfiguration, sondern erzeugen eine faszinierende, digitale Erlebniswelt, die zudem den Entscheidungsprozess beim Fahrzeugkauf erheblich erleichtert.

Copyright by ARNO

WINNERS

2017

Das ARDA Gewinnerteam bestehend aus Studenten der Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd beschäftigte sich mit dem Thema „Consumers change the world. Entwerfe einen konsumenten-zentrierten Fusion Store in urbaner Lage“ und begeisterte die hochkarätige Jury mit ihrer professionellen Walk-Through- Animation, die das einzigartige und skalierbare Konzept eindrucksvoll veranschaulichte. Unter dem Leitmotiv „New Work“ wurde dabei eine Plattform für den modernen, vernetzten Arbeitnehmer, dessen Privat- und Geschäftsleben sich zunehmend vermischen, geschaffen.

Copyright by ARNO

CONTACT

Do not hesitate to contact us

DIANA JAUMANN

MARKETING MANAGER

marketing@arno-online.com

+49 7022 5001-189

www.arno-online.com/de/arda

ARDA

www.arno-online.com/de/arda

ARNO®

PLOOT

OUTLETCITY METZINGEN