

„CONSUMERS CHANGE THE WORLD“

Aufgabenstellung:

Entwerfe einen konsumenten-zentrierten „Fusion Store“ in urbaner Lage.

Definition „Fusion Store“:

Ein „Fusion Store“ ist ein Laden, in dem unterschiedliche Marken aus unterschiedlichen Branchen angeboten werden. Das Sortiment ist einem übergeordneten Leitthema untergeordnet.

Hintergrund:

Retail Design hat grundsätzlich die Anforderung, ökonomisch erfolgreich zu sein. Es geht um den Absatz von Produkten. Um dieses Ziel zu erreichen, muss das Konzept/die Idee auf aktuelle Konsumententrends, -bedürfnisse eingehen.

Vorgehensweise

1) Wähle Dein Leitthema

in Anlehnung an aktuelle
Megatrends

Wissenskultur, Konnektivität, Neo-Ökonomie, Globalisierung, Individualisierung, Gesundheit, New Work, Gender Shift, Silver Society, Mobilität, Sicherheit

[Definition Megatrends](#)

[Megatrend Map](#)

2) Bestimme Deine Zielgruppe

Welche psychografischen und soziodemografischen Merkmale definieren Deine Zielgruppe? Beschreibe diese kurz.

3) Suche Dir vier Branchen aus, die Dein Leitthema tragen

Versicherung | Ernährung | Fitness | Wohnen | Electronics | Beweglichkeit | Dienstleistung | Medien | Heimwerken | Outdoor | Reisen | Wellness | Mode | Kosmetik | Pflege | Kultur | Essen & Kochen | Erlebnis | Gastronomie | Telekommunikation

4) Definiere ein Markenportfolio

Wähle 3-4 geeignete Marken zu Deinen ausgewählten Branchen.

Beispiele:

1) Leitthema Individualisierung:

Branchen: Ernährung | Wohnen | Reisen | Mode

Marken: mymuesli | USM Haller | Neckermann | Adidas

2) Leitthema New Work:

Branchen: Electronics | Telekommunikation | Medien | Wohnen

Marken: Apple | Vodafone | Netflix | Somfy

3) Leitthema Silver Society:

Branchen: Mode | Pflege | Reisen | Essen & Kochen

Marken: The Kooples | L'Oréal | TUI | Whole Foods

5) Kreiere ein Konzept und arbeite dieses aus

Erwartet wird ein formal ausgearbeiteter Entwurf, adaptiert auf den zur Verfügung gestellten Grundriss im Maßstab 1:50 als auch einen Konzepttext (ca. 500 Zeichen). Die Visualisierung sollte in Form von Renderings, Modellen oder Videos erfolgen. Es ist Dir freigestellt, welche Form der Visualisierung Du wählst. Erkläre die Customer Journey anhand eines Storyboards (ca. 12 Bilder) wie auch Dein Design und die Herleitung in einer maximal 25-seitigen Präsentation.

Zielsetzung

- Schwerpunkt auf Customer Journey und Customer Experience im Zeitalter der Digitalisierung
- Erläuterung der Story hinter dem Konzept
- Überzeugendes Design
- Konsistente 360° Begleitung des Konsumenten (vor, während und nach dem Store Besuch; analog und/oder digital)
- Signifikanter Mehrwert des Konzepts für den Konsument und die Marken
- Intelligente Positionierung der gewählten Marken
- Klare Herausarbeitung der Markenwerte - hierbei ordnen sich die Marken der Customer Journey unter
- Zielgruppenorientierter Einsatz neuer Technologien
- Mittlere bis hohe Warendichte
- Anspruch auf Wirtschaftlichkeit

Bewertungskriterien

- Wurde die Aufgabenstellung erfüllt?
- Ist das Projekt innovativ?
- Gibt es ein klares und eigenständiges Gestaltungskonzept?
- Wurde das Prinzip der Customer Journey und Customer Experience berücksichtigt?
- Ist das Konzept ästhetisch und funktionell überzeugend?
- Wurde der Aspekt der Digitalisierung ausreichend berücksichtigt?
- Wird eine einfache/schnelle Orientierung des Kunden gewährleistet?
- Könnte das Konzept kommerziell erfolgreich sein?
- Kommuniziert das Projekt die Story/das Leitthema verständlich?
- Ist die Präsentation des Konzeptes gestalterisch ansprechend?
- Ist das Gesamtkonzept konsequent bis ins letzte Detail durchdacht?
- Sind die Markenwerte klar erkennbar?

Grundriss

