

DER WANDELBARE

Ein cooler ›Stehenbleiber‹ für das lokale Einkaufserlebnis im stationären Handel

2013 hat die Stadt Kamenz das Einzelhandelskonzept verabschiedet. Auf Grundlage des Konzeptes sind Empfehlungen zur besseren Außenwirkung des Kamener Einzelhandels, insbesondere in der historischen Altstadt gegeben worden. Dabei soll ein visuelles und informatives Leitsystem der Kamener Händler und Dienstleister angestrebt werden, das eine optisch ansprechende Führung durch die Geschäftslandschaft von Kamenz möglich macht. Eine einheitliche Bildsprache im Stadtbild ist das verbindende Element für ein gemeinsames Wirken. Besonderes Augenmerk liegt dabei in der städtebaulichen Gestaltung aller Eingangsbereiche in den Hauptgeschäftslagen. Die Betonung des ›Altstadtcharakters‹ soll durch Homogenisierung der Stadtmöblierung (corporate design) erreicht werden. Der vorliegende Wettbewerbsbeitrag galt als Ansporn zur Professionalisierung des Außenverkaufs der Geschäftseingänge vor allem in der historischen Altstadt.

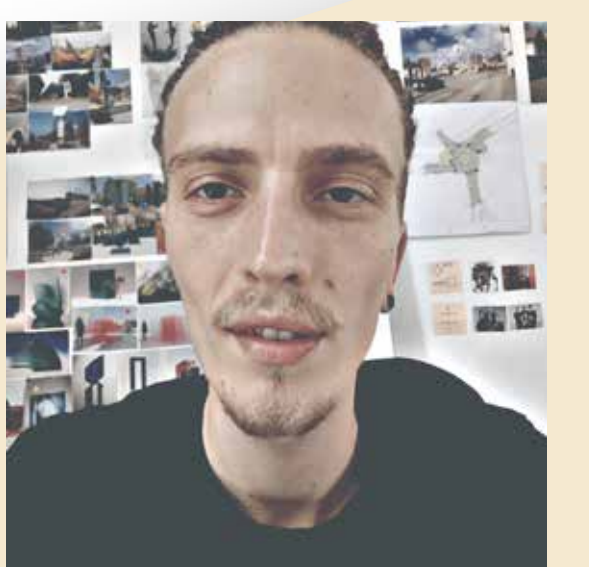
Bei einer vorausgegangenen Recherche ist festgestellt worden, dass es kaum innovative, flexible und zeitgemäße Aufsteller für den lokalen Einzelhandel auf dem deutschen Markt gibt. Hier ist echter Erfindergeist gefragt. Der Verein Cityinitiative e.V. und Vertreter der Stadtverwaltung haben sich unter Mitwirkung und Beratung des Citymanagments dafür entschieden, mit dem Studenten Paul Förster (FH Dresden, Fachbereich Produktdesign) zusammen an einer Lösung zu arbeiten. Paul Förster ist ehemaliger Kamener. Hier ergaben sich günstige Schnittmengen für eine Zusammenarbeit. Aus einem gemeinsamen Briefing mit vielen Ideen und verschiedenen Wünschen und Anforderungen wurde ein besonderes Produkt für den lokalen Einzelhandel entwickelt. Vielleicht ein Produkt, das sogar Schule machen könnte?

Anforderungsprofil

- Informationen vermitteln
- Auslagefunktion
- Dekorationsmöglichkeiten
- Bepflanzung aufnehmen
- Klamentelemente/Windspiele
- Beleuchtungselemente
- Leichte Handhabung
- Verschattung/Sonnenschutz

Aufgabe war es, den Aufsteller als modulares, individualisierbares System zu entwickeln. Die Händler und Dienstleister sollen selbst kreativ werden und Möglichkeiten haben, das Produkt selbst auszustatten, zu gestalten, zu dekorieren und mit Informationen zu speisen.

Ausgangssituation



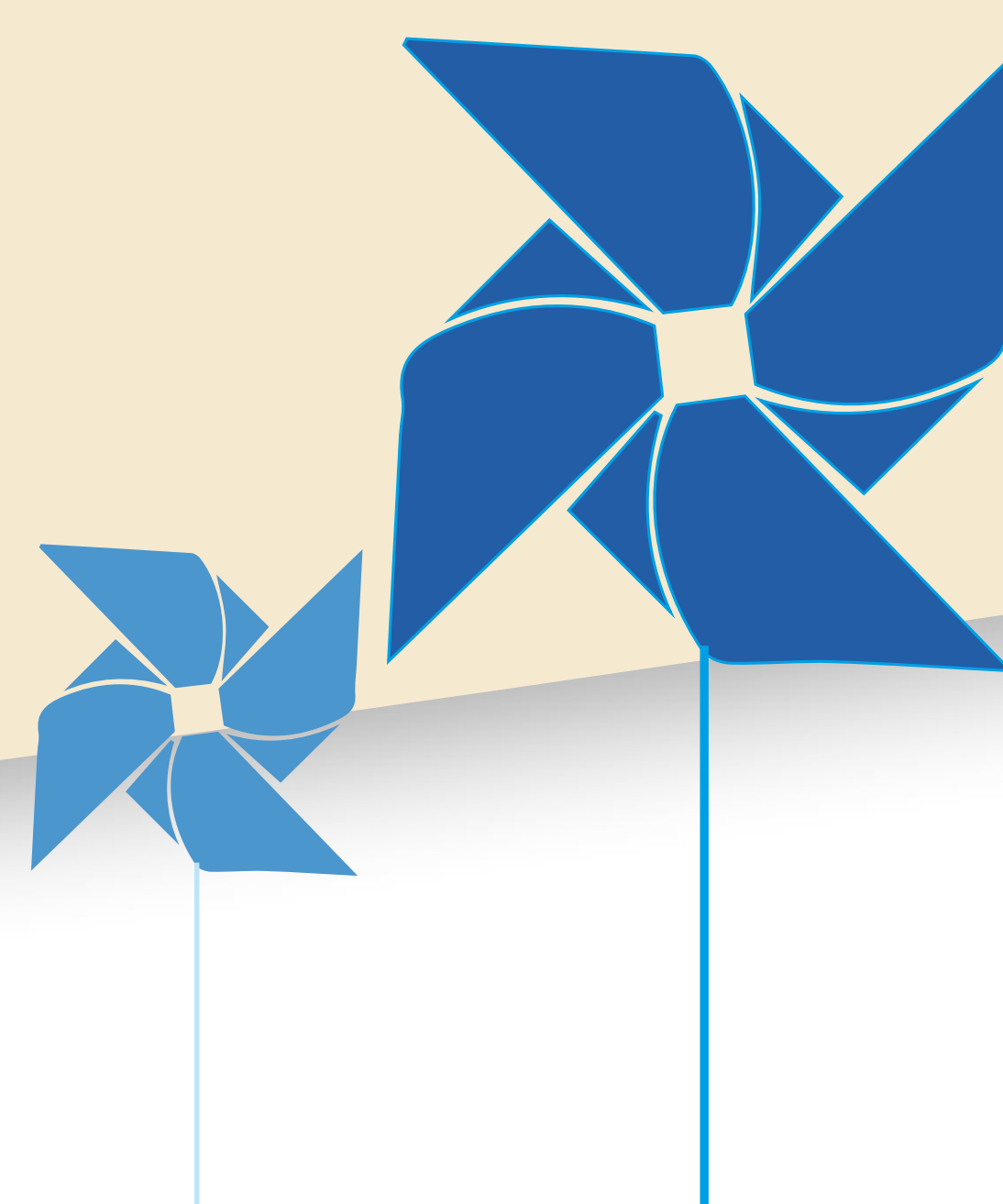
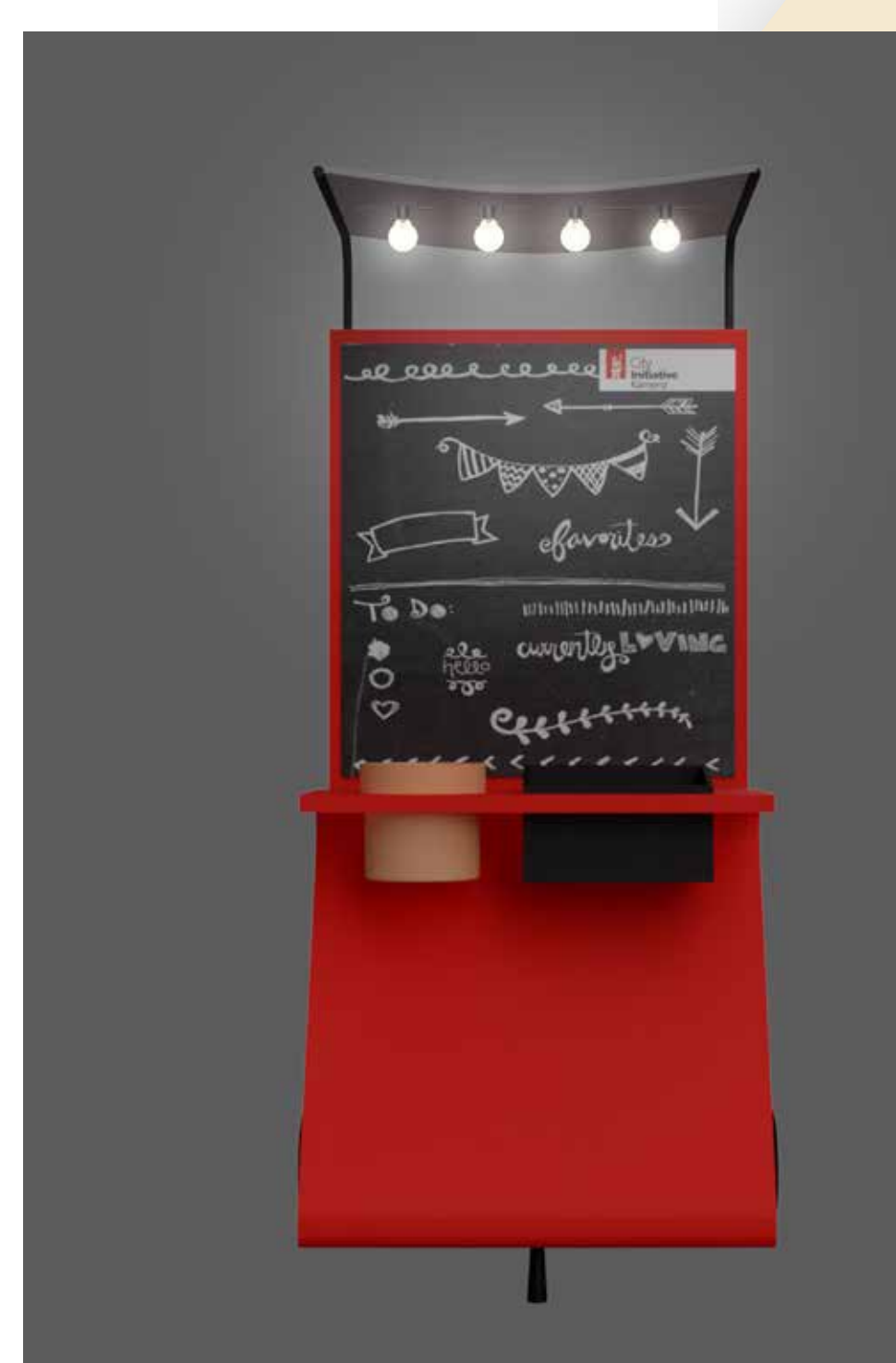
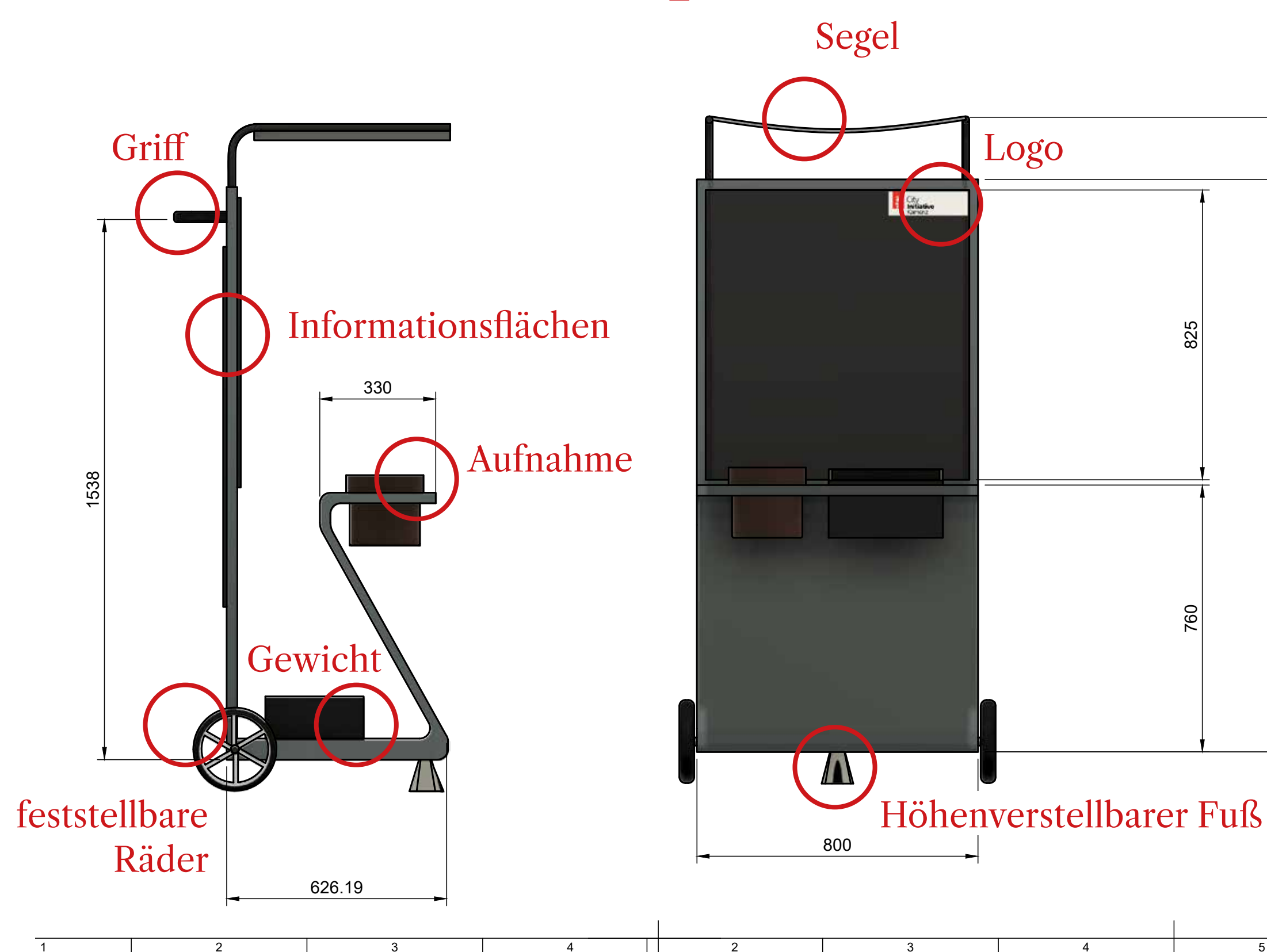
Paul Förster
Student im Produktdesign,
FH Dresden, aus Kamenz

Idee & Design

GUTES DESIGN FÜR DIE KLEINSTADT

Das Produkt kombiniert aufregende Ästhetik mit einer vielseitigen Handhabung für den individuellen Händler. Städtische Gemeinsamkeiten, aber auch eigene, händlerbezogene Themen kann der Nutzer anbringen. Das Design erinnert an einen Trolley. Er ist über zwei Räder und einen dezenten, einfachen Griff transportierbar. Der verstellbare Fuß im unteren, vorderen Bereich kann über eine eingelassene Schiene nach links und rechts verschoben werden, um dem Aufsteller auch im Gefälle einen guten Stand zu gewährleisten. Dieser ist gummiert und somit auf vielen Untergründen einsetzbar. An den zwei Rädern können Stopper integriert werden, um noch mehr Stabilität zu ermöglichen. Die Präsenz erhält das Produkt durch die Vorderseite. Eine individuell gestaltbare Tafel bildet das Zentrum. Ausgehend davon kann in einem eingelassenen Topf Begrünung zugefügt werden. Daneben ist Platz für eigene Ideen für Sonderangebote, Flyer etc. Im unteren Bereich befindet sich eine Kiste, die zum einen als Gewicht dient, um dem Aufsteller mehr Stabilität zu geben und zum anderen Raum schafft, um z.B. Lichterketten, Windspiele etc. zu verstauen. Der hintere Bereich bietet eine Klemmschiene für genormte Plakate, um Veranstaltungen der Stadt und der Region zu präsentieren. Ein minimalistisches Segel bietet Lichtschutz und gibt den Produkten einen heimeligen Charakter.

Prinzip



KAMENZ-BUGGY

Eigenens, kreatives Handeln in Erlebnis für Kunden wandeln

Anwendungsbeispiele



O-Töne der Nutzer



Carola Scholz,
Inhaberin eines Schmuckgeschäftes
Akteurin in der Cityinitiative e.V.

MIT WERBUNG IM GEDÄCHTNIS BLEIBEN

Mit meinem Geschäft bleibe ich durch Werbung und Sonderangebote im Gedächtnis meiner Kundschaft. Bei steigendem Wettbewerbsdruck ist gerade für uns Händler in einer Kleinstadt wie Kamenz große Werbung unbezahlbar. Ein fahrbarer Aufsteller der besonderen kreativen Art könnte das Stadtbild mit entsprechender Begrünung und Licht aufwerten. Wir Händler hätten die Möglichkeit, für wenig Geld über auswechselbare Werbung oder Sonderangebote besser auf uns aufmerksam zu machen. Zusätzlich könnte man eine Halterung für Dekoration z.B. mit Herrenhuter Sternen zu Weihnachten anbringen.



Sylvia Stephan,
Inhaberin eines Wäschegeschäftes
Vorstand Cityinitiative e.V.

EIGENE GESTALTUNG LOCKT LEUTE AN

Der Aufsteller sollte wirken wie ein Blickfang: man wird aufmerksam auf seine Anwesenheit. Aktionen, Rabatte, Kollektionen - alles kann beworben werden. Damit der Alltag aufgelockert wird, könnten die Flächen für »Sprüche der Woche« dienen. Das Rot, als markante Farbe des Erscheinungsbildes der Stadt Kamenz, fällt auf. Das Produkt gibt durch Ösen, Haken oder Löcher vielfältige Möglichkeiten zum Dekorieren. Ich selbst gestalte meine Schaufenster mit eigenen Fotos. Das zieht Leute an. Fotos ließen sich auch auf dem Aufsteller präsentieren. Das Sonnenschirmdach gibt ein Gefühl von Urlaubsfeeling, Genießen, Seele baumeln lassen, Einkaufsgenuss ...



Carola Büttner,
Inhaberin eines Brillengeschäftes
Vorstand Cityinitiative e.V.

SAISONALE STIMMUNGEN ERZEUGEN

Mit einer Befestigung für Schirme oder Fahnen sind die Aufsteller weithin sichtbar. Ausserdem fungiert er als kleiner Schattenspendler. Als Stadt der Rhododendron könnte zum Beispiel im Mai eine besondere Marketing-Aktion mit Pflanzen stattfinden. Mit dem passenden Licht wäre die Einkaufsnacht und die Weihnachtszeit in unserer Kleinstadt noch romantischer. Zu Ostern können selbst bemalte Eier von Schulkindern befestigt werden und im Sommer Windspiele, die akustische Signale erklingen lassen. Bei einer einheitlichen Farbe und Materialität können wir Händler unsere Gemeinsamkeit deutlich machen.



Armin Burckhardt,
Anzeigenberater
Vorstand Cityinitiative e.V.

EIN BUGGY FÜR KAMENZ

Der Aufsteller sieht aus wie ein kleiner Einkaufsbuggy, deshalb hatte ich die Idee ihn »Kamenz-Buggy« zu nennen. Besonders toll finde ich das Design. Die Optik ist schnell einprägsam und auffallend. Die Händlergemeinschaft ist damit sehr gut erkennbar, verstärkt auch durch das aufgedruckte Logo der Cityinitiative e.V.. Die Tafel selbst sollte A2-Größe haben für Plakatsnutzung. Ein Prototyp wäre wünschenswert, damit sich alle das Objekt gut vorstellen können. Jeder Händler soll die Möglichkeit haben mitzugestalten und zu optimieren. Als Händlerinitiative würden wir uns positiv gegenüber anderen Städten und Aktionsgemeinschaften abheben und könnten damit sogar eine Vorbildfunktion einnehmen.



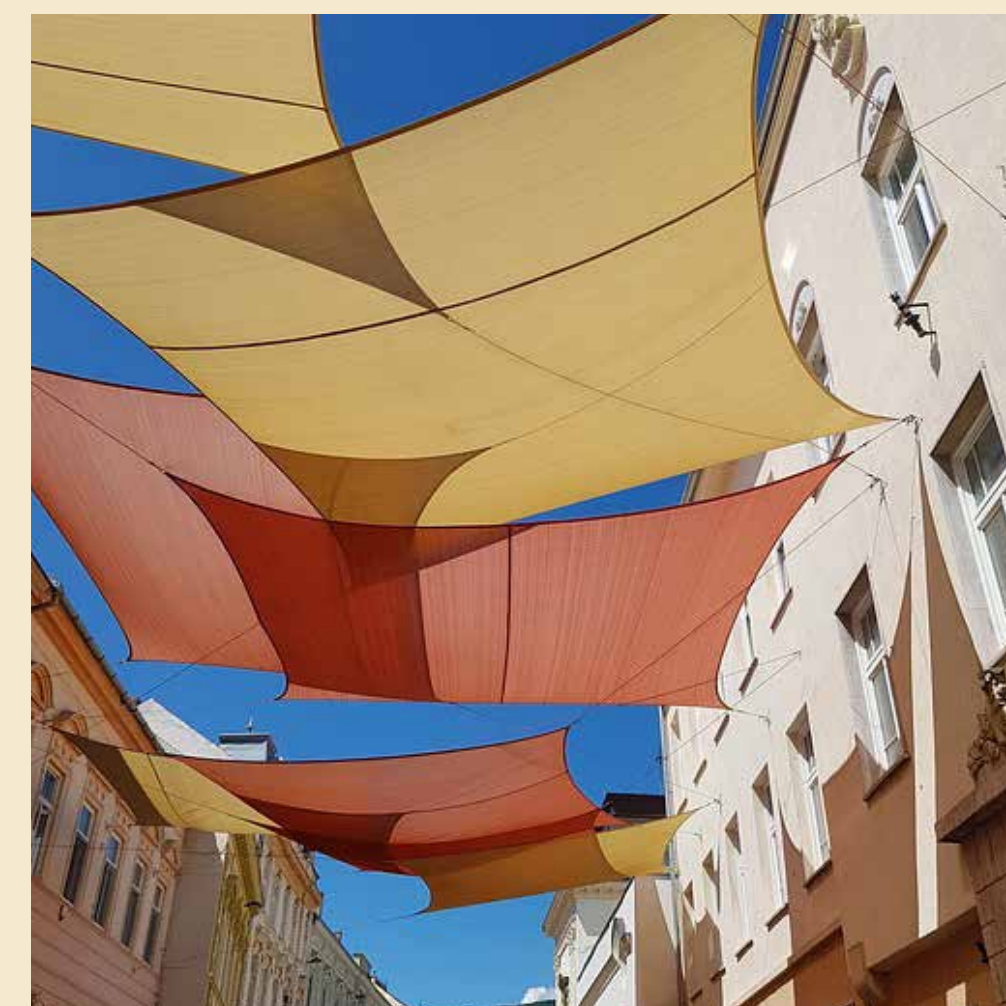
Thomas Koch,
Inhaber eines Brillengeschäftes,
Vorsitzender Cityinitiative e.V.

INNOVATIVES KONZEPT MADE IN KAMENZ

Die Entwicklung des Kamenzer Werbeaufstellers stellt ein innovatives Konzept dar, dass es so in der Werbelandschaft noch nicht gibt. Es soll den stationären Einzelhändler stärken. Gleichzeitig soll das Produkt Möglichkeiten bieten, eine individuelle Werbebotschaft des Geschäftes an seine Kunden zu übermitteln. Individualisierungen wie Blumentöpfe, Flyerhalter, Giveaways weichen das Corporate Design dezent auf und gewähren dem jeweiligen Händler Handlungsspielraum und Individualität. Für den Endverbraucher entstehen weit sichtbare einheitliche Leitbilder. Beim Näherkommen ist es eher der individuelle Charakter und das Angebot des Geschäftes, das ins Auge fällt.

Nach oben geschaut: flankierende Ideen für den öffentlichen Raum

Auch vor Kleinstädten macht der Klimawandel nicht halt. Besonders in den Sommermonaten bekommen wir zunehmend die Überhitzung zu spüren. Gerade deshalb ist es wichtig, sich Gedanken zu machen, wie man den Gästen und Einkäufern Situationen schafft, die einen längeren Aufenthalt in der Stadt angenehm machen. Die Einsatzbereiche eines Sonnensegels sind deshalb immer beliebter geworden. Man kann das Sonnensegel zum einfachen Sonnenschutz verwenden oder gegen Regen und Wind verwenden. Mittlerweile kommen Sonnensegel auch zunehmend im öffentlichen Raum zum Einsatz. Sie besitzen einen leichten Charakter und sind echte Stimmungsaufheller. Für die weitere Gestaltung des Corporate Designs wird im Rahmen des Einzelhandelskonzept mit dieser Lösung eine weitere Aufwertung des öffentlichen Raumes angestrebt. Hinsichtlich der denkmalpflegerischen Genehmigungsfähigkeit sind u.a. Abstimmungen mit dem Landesamt für Denkmalpflege erforderlich. Eine genehmigte gestalterische Lösung wird dann auch noch mit der interessierten Kamenzer Bürgerschaft zu diskutieren sein.



Gestalterische Ansätze

- flexible Verschattungselemente und bewegliches Mobiliar auf dem Marktplatz zur Bespielung des Bereiches am Andreasbrunnen und des unteren Marktes
- Einsatz von Segeltüchern als Hommage an die Textilindustrie in Kamenz
- Überspannung der Seitenstraßen des Marktes mit Segeln zu verschiedenen Anlässen, damit Schaffung von Atmosphäre und neuer Raumqualitäten
- Liegestühle mit charakteristischen Mustern und Texten z.B. aus Lessings Werken
- dekorative Ideen, z.B. Lampenschirme
- technische Anpassung an das vorhandene Hülsensystem am Marktplatz

„Wenn wir schon kein Geld haben, dann brauchen wir wenigstens gute Ideen“. (Oskar Lafontaine)