

MAVIS, Agentur für Markeninszenierung, die Zeitschrift „schuhkurier“ und die Fachmesse GDS „Global Destination of Shoes & Accessories“ unterstützten eine Projektarbeit der Fachhochschule Düsseldorf Fachbereich Design zum Thema „Konzeption und Entwicklung innovativer Schaufenster- und Retailkonzepte zur Erhöhung der Frequenz im stationären Schuhhandel“.



Showtime für „Shoeshine“ am POS

Im Oktober 2014 startete das dritte Semester der Fachhochschule Düsseldorf, Fachbereich 02 Design unter der Leitung von Prof. Dr. Rainer Zimmermann, Prof. Philipp Teufel, Prof. Laurent Lacour und Claudio Wolfring (Creative Director Arno) mit den Initiatoren Mavis, Agentur für Markeninszenierung und dem Fachverlag Sternefeld „schuhkurier“ die Projektarbeit „Shoeshine – Retail Future Lab“. Zur Düsseldorfer Schuhmesse GDS, die Anfang Februar stattfand, wurden ganzheitliche innovative Retail-Konzepte für den stationären Schuheinzelhandel erstellt.

Die Studenten erforschten weltweit die Entwicklung des stationären Schuh- und Accessoires Retail, um daraus zukunftsweisende, ganzheitliche Shop- und Schaufensterkonzepte zu entwickeln. Die Frage an die Studenten lautete: Wie sollte die Schuhbranche Kunden langfristig und gezielt ansprechen, um die Frequenz am POS zu erhöhen.

Im Studentenbriefing präsentierte die Mavis Ergebnisse aus der aktuellen Retail Studie „Shopping Environments 3.0“ (off- und online), die die essentielle Bedeutung der Schaufensterinszenierung klar verdeutlichen. Der Visual Merchandising World Trendblog der Mavis präsentiert immer aktuelle Schaufensterinszenierungen aus allen großen Modemetropolen der Welt und unterstützte die Studenten bei ihrer Analyse und Ermittlung von weltweiten Tendenzen.

Zusammenarbeit zwischen jungen Talenten und erfahrenen Praktikern

Prof. Dr. Zimmermann hat im Rahmen seiner wochenlangen Weltreise 2014 den Handel weltweit erlebt, und konnte somit das Projekt perfekt mit seinem Wissen und seiner innovativen Einstellung leiten. „Das Projekt Shoeshine lebt von der kreativen Kooperation zwischen Wirtschaft und Hochschule, die in den angel-

„Das Projekt Shoeshine lebt von der kreativen Kooperation zwischen Wirtschaft und Hochschule, die in den angelsächsischen Ländern stark verbreitet, aber in Deutschland leider selten ist..“

Prof. Dr. Rainer Zimmermann

TUNING FÜR IHRE
PRINTPRODUKTE



WIR FREUEN
UNS AUF SIE:
STAND A5

DISPLAY PRODUKTION



REGALWIPPER

POSTERSCHIENEN



DISPLAYHAKEN

KARTENHALTER



HAKEN MIT SCHNUR



KOMPLETTANGEBOT
KONFEKTIONIERUNGSARTIKEL
IM ONLINESHOP:

WWW.SPRINTIS.DE
TELEFON +49 (0) 931 40 41 6-0



„shoe metamorphosis“ bei Breuninger in der Düsseldorfer Königsallee. Eine überdimensionale bunte Raupe schlängelt sich durch das gesamte Fenster. Sie besteht aus verschiedenen Elementen und Ebenen (MDF oder Wabenpappe) und hängt an Motoren von der Decke, mit denen sie sich auf und ab bewegt. Konzept: Sarah Mankel, Maïke Schievenbusch, Tanja Hesse, Birte Perkuhn, Anna Leopold.

sächsischen Ländern stark verbreitet, aber in Deutschland leider selten sind. Das Silicon Valley hat exemplarisch gezeigt, wie erfolgreich die systematische Zusammenarbeit zwischen jungen Talenten aus der Hochschule und erfahrenen Praktikern aus der Industrie sein kann. Im Bereich Retail- und Exhibition Design der Fachhochschule Düsseldorf arbeiten wir regelmäßig in der angewandten Forschung und mit Partnern aus dem Einzelhandel“, so Prof. Dr. Rainer Zimmermann, Fachhochschule Düsseldorf, FB 02 Design.

Durch die Schuh-, Leder- und Accessoire-Fachmagazine schuhkurier und step des Verlages Sternefeld wurde den Studenten ein Einblick in die Schuhbranche gegeben. Nach einem ersten Schulterblick in der Fachhochschule Düsseldorf

Mitte Dezember 2014 äußerte sich die schuhkurier und step Chefredakteurin Petra Salewski sehr positiv: „Es ist für uns sehr spannend zu sehen, welche kreativen und zukunftsweisenden Ideen im Rahmen des Projektes „Shoeshine“ für den Schuhhandel entwickelt wurden. Uns hat das Maß an Innovation sehr positiv

„Wir sind davon überzeugt, dass erfolgreiche Retailer ihre Kunden zu Fans machen müssen... Durch die Onlinekonkurrenz wird die POS-Inszenierung einen vollkommen neuen Stellenwert bei der Vermarktung von Produkten einnehmen.“

Thomas Etz, CEO & Founder der Mavis GmbH



überrascht: Da wurde wirklich „quergedacht“, und zwar, ohne den soliden Boden der Realität zu verlassen. In vielen der erarbeiteten Ideen steckt „Musik“. An Herausforderungen mangelt es dem stationären Handel nicht. Umso schöner, dass es auch intelligente und spannende Lösungen gibt.“

Drei Schaufensterkonzepte wurden am POS umgesetzt

Drei ausgewählte Schaufensterkonzepte wurden zur GDS Schuhmesse am POS in der Düsseldorfer Innenstadt umgesetzt. Die erarbeiteten Konzepte zeigen unter anderem, welche Möglichkeiten es heute schon gibt, digitale Medien mit den Offline-Geschäften in Synergie zu bringen.

POS-Inszenierung gewinnt einen neuen Stellenwert

Mavis, mit über 17 Jahren Erfahrung in der weltweiten Markeninszenierung, hat gemeinsam mit den Studenten in einer sehr kurzen Umsetzungsphase die ausgewählten Konzepte in die Düsseldorfer Schaufenster gebracht. Thomas Etz, CEO & Founder der Mavis GmbH, freut

sich über die Ergebnisse und sagt: „Wir sind davon überzeugt, dass erfolgreiche Retailer ihre Kunden zu Fans machen müssen, dies unterstreicht auch unsere Studie Shopping Environments 3.0. Durch die Onlinekonkurrenz wird die POS-Inszenierung einen vollkommenen neuen Stellenwert bei der Vermarktung von

Vom Baumarkt inspiriert: Das Projekt „Duchamp“ bei Marc O’Polo in der Königsallee 11. Konzept: David Klein.

Produkten einnehmen. Gerade die intelligente Verzahnung von Online- und Offline-Welten schafft neuen Raum für neue Konzepte. Die Schuhbranche hatte während der GDS im Februar 2015 erstmalig die Chance, sich durch das Projekt Shoeshine inspirieren zu lassen. Die Studenten der FH Düsseldorf, Fachbereich Design, haben überraschende und außerordentliche Konzepte geschaffen, die dem stationären Handel unmittelbar bei der „Fangewinnung“ helfen und somit für Frequenz und Conversion am POS sorgen.“ ♦

Das Projekt „Breuninger ECHOES“ in der Königsallee: Neun 55-Zoll-Monitore erzeugen in einem Teilbereich der Fensterfront eine interaktive Erlebniswelt und binden Passanten durch visuelle und akustische Signale in eine gestisch gesteuerte Produktinszenierung ein. Konzept: Maximilian Volkenborn, Edin Bačevac und Bastian Wolff.

