



RE:VALUE

ZUKUNFTSSZENARIO / Produktinnovation / Retaildesign

Teamarbeit [3] / Persönlicher Schwerpunkt: Konzeption / Storytelling / (Post-)produktion Casefilm
März - Juli 2011

AUSGANGSPUNKT

Ausgehend von der Fragestellung, wie sich das Einkaufserlebnis in den nächsten Jahren und Jahrzehnten verändern könnte, entstand ein ganzheitliches Konzept zur Interaktion der Gesellschaft, welches das bisherige Kommunikationsverhalten, sowie das Privatsphäre- und Werteverständnis hinterfragt und neue Wege und Lösungen aufzeigt. Es beruht auf vier Thesen, die die Basis für sämtliche Überlegungen von re:value bilden:

Die Relevanz von sozialen Netzwerken steigt, gleichzeitig nimmt der Wunsch nach Individualität zu / Statussymbole werden immateriell / Digital und Real verschmelzen zusehends / Relevanz schlägt Quantität und Unterhaltungswert.

ANALYSE

Das Einkaufserlebnis wird direkt in den Alltag integriert, da der Nutzer mit jeder Form von Infrastruktur interagieren kann, um Informationen abzurufen, Inhalte zu teilen, sich unterhalten zu lassen, oder eben auch einzukaufen.



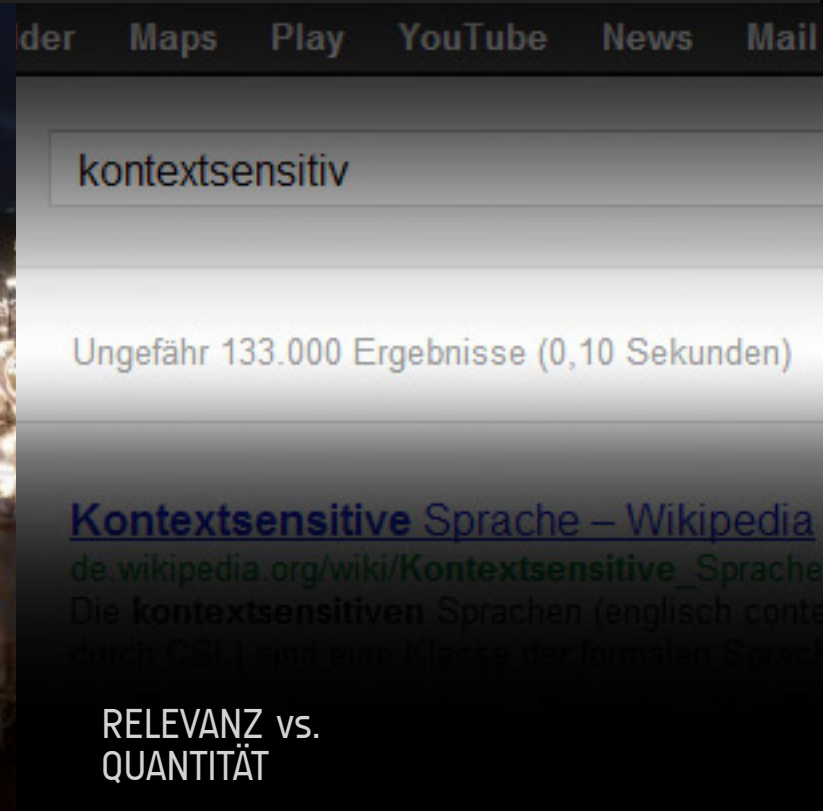
NETZWERKE & INDIVIDUALITÄT

Der Wunsch nach Vernetzung und Austausch wird ebenso an Bedeutung gewinnen wie das Bedürfnis nach individuell zugeschnittenen Angeboten (Produkten, Services, Apps, etc.)



IMMATERIELLE STATUSSYMBOLE

Es gibt einen Wertewandel der Statussymbole. In Zukunft stehen weniger physische Gegenstände - wie z.B. Autos - im Vordergrund, sondern „Dinge“ wie persönliche Erlebnisse, die Bestimmung über die eigene Zeit, der Zugang zu adäquatem Wissen oder ökologisches Bewusstsein.



RELEVANZ vs. QUANTITÄT

Das Bedürfnis nach passenden und auch kontextsensitiven Informationen nimmt stetig zu. Ein User wird zehn wirklich relevante und auf ihn zugeschnittene Suchergebnisse einer Million Zufallstreffer immer vorziehen.

ENTWURF

Drei Elemente ermöglichen das Szenario des integrierten Einkaufserlebnisses - ein virtuelles Netzwerk (Community), das selbstständig Trends verfolgt und erstellt, ein persönlicher Assistent (Mobile Device) und eine interaktive urbane Infrastruktur (Citylights).



COMMUNITY

Der wesentliche Unterschied zu heutigen sozialen Netzwerken ist zum Einen der Austausch in Echtzeit und zum anderen die Tatsache, dass sich das Netzwerk entsprechend der Nutzer und ihrer Inhalte grundlegend verändert. Das Netz steht im ständigen Dialog mit allen verbundenen Nutzern.



MOBILE DEVICE

Ob nun AR-Kontaktlinsen oder hochentwickeltes Tablet mit biegsamem Display - das mobile Endgerät der nächsten Generation wird den Benutzer durch den Alltag begleiten und dabei das gesamte Umfeld registrieren und eigenständig Querverweise herstellen und Informationen sammeln.



INTERAKTIVE FLÄCHEN

Real und digital verschmelzen. Interaktive Flächen ziehen sich durch die gesamte urbane Infrastruktur und sind vollkommen natürlich in das Stadtbild integrieren. An ihnen können sich beliebig viele Nutzer treffen, Erlebnisse teilen, medial gestützte Unterhaltungen führen, spielen und Informationen und Empfehlungen austauschen.