

**»Tradition und Moderne – Die Steiff-Erlebniswelt im Internet«**

**Konzeptvorschlag für den Internetauftritt der Margarete Steiff GmbH**

[AUSSCHNITT]

Erstellt von

Silja Biederbeck

Konzeption + Projektmanagement

p: +49.221.500.658.20

f: +49.221.500.658.22

e: biederbeck@dmkzwo.de

Martina Klinkau

Konzeption + Design

p: +49.221.500.658.17

f: +49.221.500.658.22

e: klinkau@dmkzwo.de

## Inhaltsverzeichnis

0   Was Sie im Folgenden erwartet.....	3
[...]	
2   Konzept .....	4
Eklektizismus.....	4
Ansatz .....	5
Umsetzung.....	6
[...]	
11   Copyright.....	7

## 0 | Was Sie im Folgenden erwartet

[...]

Wir haben uns engagiert an die Aufgabe gemacht, einen **neuen Steiff-Auftritt** zu konzipieren, der »gelernte« **Navigationsweisen** stärker berücksichtigt. Der entwickelte Steiff-Auftritt zeichnet sich durch einen emotionalen Online-Shop und ein phantasievolles Design aus, das auch den Erwartungen an das **125jährige Firmenjubiläum** und an die **Steiff-Erlebnisswelt 2005** gerecht wird.

### »Tradition und Moderne – Die Steiff-Erlebnisswelt im Internet«.

So heißt der Konzeptansatz, den wir gestaltet haben und Ihnen mit **sechs Screens** heute präsentieren. Neben der Homepage und einer Historie-Seite haben wir speziell den Shopbereich gestaltet, da dies der komplexeste Website-Bereich ist: der Klickweg/Navigationsstrang von der Homepage bis zur Detailansicht eines Produktes.

Die **Highlights** für die Realisierung des Konzeptes sind:

- Vom Online-Katalog zum e-Shop: **Mit drei statt fünf Klicks zur Artikelansicht**
- **Gestalterische Hommage** an die beweglichen Schaufensterdekorationen
- **Persönliche Ansprache** des Kunden durch die Steifftiere **via Text und Sound**
- **Phantasievolles Design** und markanter Einsatz der **Steiff-Farben**: Gelb, Rot (Logo) und Braun (Analogie zum Teddyfell)
- **Dezente Flash-Animationen** untermauern die Steiff-Erlebnisswelt

Das **Screen-/Navigationsdesign** und spezielle **Maßnahmen für den Online-Shop** werden im Folgenden erläutert. Die Screens sind zusätzlich online über das **DMKZWO Kunden-Extranet** aufzurufen. Weiterhin finden Sie einige Anmerkungen zur technischen Umsetzung und einen skizzierten Projektablauf.

[...]

## 2 | Konzept

Bei unseren Überlegungen zur Marke Steiff sind wir auf einen Begriff gestoßen, den wir schließlich in einer erweiterten Fassung als Basis für den konzeptionellen Ansatz betrachten können: Eklektizismus als Form der Zusammenstellung von verschiedenen Stilelementen zu etwas Neuem. Die Stilelemente sind die scheinbar gegensätzlichen Begriffe Tradition und Moderne.

### ► Eklektizismus

Ob in der Musik, der Literatur, im Film, in der Mode oder im Bereich Möbeldesign und Architektur - die **Rückbesinnung auf Traditionen** und der gleichzeitige **Wunsch nach Modernität** ist heute fester Ausdruck unserer Gesellschaft. Völlig Neues gibt es selten; Innovationen sind immer Mischungen aus Bekanntem und Neuem. Die heutige Rückbesinnung ist als eine Form des **Eklektizismus** zu sehen, den es schon in der Architektur des 19. Jahrhunderts und früher gegeben hat. Deutet man Eklektizismus positiv, ist die Mischung von Stilrichtungen zur Innovation kein Mangel an eigenen Ideen, sondern **Zeitgeist**.

- Zum Beispiel findet man heute im **Möbeldesign/Wohndesign** moderne Formen kombiniert mit scheinbar traditionellen Materialien wie z.B. dunkles, warmes Holz, das sich bei genauem Hinsehen auch als kühler Kunststoff-Bezug herausstellen kann (z.B. Habitat, Ikea etc.). Als **Fußbodenbelag** in Neubauwohnungen ist immer häufiger dunkles Parkett statt helles Laminat zu finden.
- **Filme** wie Harry Potter, Herr der Ringe oder König der Löwen, Toy Story und Ice Age spielen mit Märchenanalogien, Traumwelten, Kindheitsphantasien (auch Kindchenschemata), und kombinieren dies zielgruppengerecht mit modernster Animationstechnik.
- In der **Werbung** begegnen wir »vermenschlichten« sprechenden Tieren, wie den Bärenmarke-Bären oder die Milka Lila Kuh.
- In **Erlebnisparks** wie Disney, Märchenwald, Legoland und auf Jahrmärkte gehen Erwachsene jeden Alters gerne, um sich wie kleine Kinder an den verspielten Dingen außerhalb des Alltags zu erfreuen. Auch die geplante **Erlebniswelt 2005** spiegelt das Bedürfnis Erwachsener wieder.
- Und: In der Weihnachtszeit stehen oftmals mehr Erwachsene staunend vor den **Schaufenster-Dekorationen von Steiff** als Kinder.

Alle aufgeführten Bereiche haben ein eklektizistisches Moment gemeinsam: sie mischen Alt und Neu, Bekanntes und Unbekanntes, Kinderwelt und Erwachsenenwelt, Emotionen und

Technik. Die vermeintlichen Gegensätze werden zu einer »Innovation«, die die Menschen gerade deshalb begeistert, weil sie auf **bekannte Elemente und Gefühle** aufbaut.

Hier wird deutlich, dass es die **traditionellen, alten oder historischen Dinge** sind, die in Verknüpfung mit **Modernität und Technik** heute wieder ihren Reiz ausüben. Beispiele hierfür sind die Wiederauflage älterer Steiff-Tiere als Repliken und vor allem die Erlebniswelt für 2005 auf dem Steiff-Gelände.

### ► **Ansatz**

Für den Internetauftritt der Marke Steiff nutzen wir den »Zeitgeist des Eklektizismus« und die »Rückbesinnung auf Traditionen«, indem wir scheinbar gegensätzliche Stile und Elemente miteinander mischen: Die Marke Steiff sehen wir in der **Balance zwischen Tradition, Modernität und Zeitlosigkeit**.

- **Tradition** meint, dass Steiff auf eine außergewöhnliche Historie und Produkttradition zurückblicken kann, die den Kern der Marke bis heute ausmacht und die in keinem Augenblick versteckt werden darf. Denn ohne sie ist die Marke schnell austauschbar. Die Classic- u. Repliken-Produkte sind ein klarer Ausdruck hiervon. In der Gestaltung des Webauftritts wollen wir diesen Bereich stärker berücksichtigen, als es zurzeit der Fall ist.
- **Modernität** meint, dass Steiff sowohl in ihrem Markenauftritt als auch in ihrer Produktentwicklung den Anforderungen der modernen und anspruchsvollen Konsumenten gerecht wird. Steiff ist innovativ, orientiert sich zielgruppenspezifisch auch mit seinen Produkten an Trends. Beispiele sind hier die Kooperations- und Exklusivartikel und das Babysortiment mit den besonderen Materialien.
- **Zeitlosigkeit** meint, dass Steiff weder »verstaubt« noch »trendy-hip« ist. Denn ein Steiff-Tier zu verschenken ist keine Frage der Mode, sondern der Wertschätzung für Stil, Qualität und Tradition.

Die Balance zwischen den vermeintlich gegensätzlichen Polen bedeutet für das Internet eine **neue Form der Kommunikation**, die traditionelle mit modernen Elementen kombiniert und damit eine breite Zielgruppe anspricht. Im Fokus stehen dabei die Erwachsenen, denn sie sind es, die online einkaufen.

## ► Umsetzung

Die Visualisierung der scheinbar gegensätzlichen Begriffe kann für Steiff ohne Schwierigkeiten erfolgen, denn unsere Basis ist die Glaubwürdigkeit der Marke. Alle drei Elemente des Ansatzes sind Bestandteil der Marke und müssen nun »nur noch« entsprechend visualisiert werden.

Für das Medium Internet kommunizieren wir deutlich eine **Erwachsenenwelt**, die jedoch bekannte Elemente der **Kinderwelt** miteinbezieht. Der Kern der Umsetzung lautet: **Weg vom Produktkatalog und hin zum Produkterleben.**

Die Kommunikation des Produkterlebens erfolgt durch

- Steiff-Tiere, die »zum **Leben erweckt**« werden, indem sie den Betrachter über Texte und Sounds persönlich ansprechen. Diese wenigen **Flash-Animationen** sind optional und können für Nutzer ohne Flash mit Gif-Animationen umgesetzt werden (ohne Sound, mit Text).
- den Einsatz **romantischer, verspielter Elemente** in Inhalt und Gestaltung, die sich niemals verniedlichend oder albern darstellen; denn sie sind in **rationalen Elementen** eingebettet, die ein Shop im Medium Internet erfordert.
- den Einsatz **warmer Farben**. Das **Rot** ist aus dem Logo (ergänzt mit Gelb). **Braun** wird flächig eingesetzt, als Farbe unserer Herkunft und unserer Wurzeln. Die Psychologie beschreibt Braun als Farbe, die **Vertrautheit, Wärme, Geborgenheit und Sicherheit** vermittelt, und die dem Betrachter Ruhe und Gelassenheit gibt. Braun setzen wir ein, weil es an die »erdige Welt« und an das Fell von Steiff-Tieren und Teddys erinnert.

Die Gestaltung liefert Raum für die Bandbreite zwischen Tradition, Modernität und Zeitlosigkeit. Die Webseite zeichnet sich übergreifend durch **Modularität** aus, die sich im Rahmen des Corporate Designs in einem einheitlichen Rahmen bewegt.

[...]

## 11 | Copyright

Alle in Konzeption, Manuskripten und Präsentationsschriften enthaltenen Vorschläge, Beschreibungen, Gestaltungen und Inhalte, in vollem Umfang und Inhalt unabhängig von Wortlaut, verbleiben mit Urheber- und Nutzungsrecht bei der DMKZWO GmbH & Co. KG - auch dann, wenn für die Präsentation ein Honorar gezahlt wurde oder Kopplungsgeschäfte zur Kompensation vereinbart wurden.

Die Weitergabe aller Unterlagen, Manuskripte, der Präsentationsschrift im Ganzen oder in einzelnen Teilen, sowie eine Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung, Nachbildung oder sonstige Verwertung der präsentierten Konzepte, Lösungen und Ideen ist ohne vorherige Zustimmung der DMKZWO GmbH & Co. KG nicht zulässig.

Werden die präsentierten Konzepte, Lösungen und Ideen nicht entsprechend dem Vorschlag verwendet und in vollem Umfang abgegolten, so ist die DMKZWO GmbH & Co. KG berechtigt, die Inhalte in vollem Umfang oder Teile davon anderweitig zu verwenden.