

BODENSTÄNDIGKEIT UND WELTKLASSE

Konzepte für die Calwer Passage in Stuttgart

>> von Birgit Meyer > Der Master of Arts in Creative Direction (MACD) setzt auf die Idee, Designer nicht nur in ihren gestalterischen Fähigkeiten, sondern darüber hinaus zu Führungskräften und Strategen auszubilden. Denn sowohl Unternehmen als auch Nonprofit-Organisationen suchen nach diesen so genannten Kreativmanagern.

All diese Anforderungen an einen Designer trafen im Projekt „Neue Einkaufswelten“ zusammen. Gegenstand der Überlegungen war die Calwer Passage in Stuttgart. Der Stuttgarter Investor Ferdinand Piëch, Sohn des gleichnamigen VW-Patriarchs, hatte das Stuttgarter Kulturdenkmal erworben: „Wie können wir die Calwer Passage wiederbeleben?“ fragte Piëch den Studiengangleiter des MACD, Professor Thomas Gerlach.

Die Master-Studierenden nahmen den Ball auf und suchten Denkanstöße für mögliche neue Konzeptionen der Passage – im Spannungsbogen zwischen einem traditionellen, unter Denkmalschutz stehenden Objekt und einer erfolgreichen neuen Positionierung.

Die Studierenden des Master Creative Direction und Creative Communication & Brand Management (MCM) analysierten die Einkaufssituation der Landeshauptstadt, untersuchten den städtebaulichen Rahmen des Einkaufszentrums und begaben sich auf die Ursachenforschung für die derzeit wirtschaftlich recht unbefriedigende Situation. Danach ging es auf kreative Ideensuche: eine Marke entwickeln, Design- und Raumgestaltung bedenken, Marketing- und Kommunikationskampagnen aufsetzen und einen Businessplan erstellen.

Florian Kock und Sascha Wahlbrink entwickelten mit „Level“ eine Gaming Lounge: „Dieser große Markt hat bisher keine Heimat, keinen geografischen Ort, sondern läuft über das Internet. Aber Public Viewing und Tatort-Abende machen es vor: Auch Gamer spielen lieber gemeinsam als alleine zu Hause. Analog zum Kino soll die Gaming Lounge ein Ort sein, um gemeinsam zu spielen.“

Das Konzept „Well-Being“ greift die drei großen aktuellen Gesellschaftstrends auf: Gesundheit, Urbanisierung und Neo-Ökologie. In der neu geschaffenen grünen Oase könnten sich Menschen erholen und nachhaltig konsumieren. „Well-Being“ umfasst ein Restaurant, einen ökologischen Supermarkt sowie Shops, die nachhaltige Produkte aus den Bereichen Fashion, Design und Kosmetik verkaufen. „Damit könnte die Calwer Passage zur ersten Anlaufstelle für bewussten Lebensstil und nachhaltigen Konsum in der Landeshauptstadt werden“, so die MACD-Studentin Lidia Gradwol.

Auf baden-württembergische „Spitzenklasse“ setzte das Konzept der Gruppe um Susanna Häfner: In keiner anderen Stadt gehen Bodenständigkeit und Weltklasse eine derart innige Verbindung ein wie in Stuttgart. „Die Landeshauptstadt schafft den Spagat zwischen Maultasche und Porsche mühelos. Unsere Idee ist, in der Passage ausschließlich hochwertige Produkte aus der Region zu vermarkten und eine ‚Passage der Spitzenklasse‘ zu eröffnen“, so die Studentin.

Für die Ferdinand Piëch Holding war das Projekt eine interessante Inspiration und regte viele Diskussionen an. Es bleibt zu hoffen, dass die angehenden Pforzheimer Kreativmanager die Calwer Passage mit prägen werden

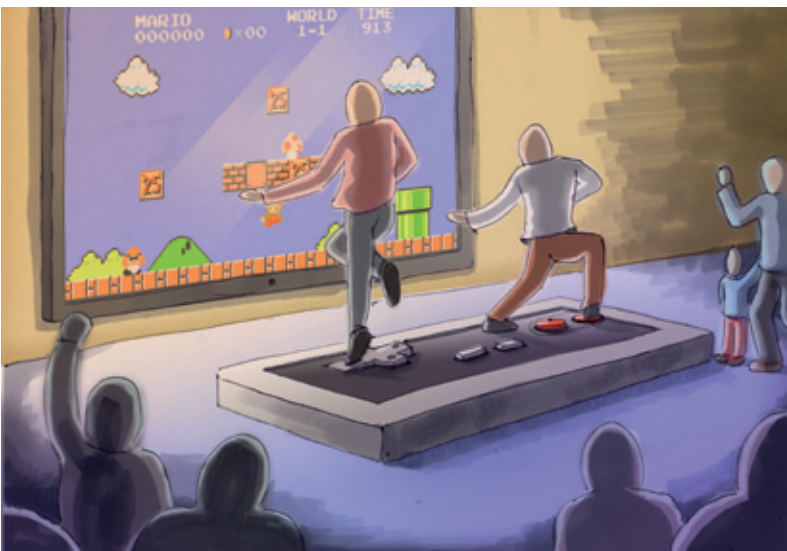


Birgit Meyer M.A.

ist Pressereferentin der Fakultät für Gestaltung.



Anlaufstelle für bewussten Lebensstil und nachhaltigen Konsum: Der Eingangsbereich der Calwer Passage im Konzept „Well-Being“. Illustration: Márta Szóke



^
Mario World dreidimensional: In der Gaming Lounge „Level“ von Florian Kock und Sascha Wahlbrink spielt man gemeinsam. Illustration: Florian Kock

>
Fassadenprojektion: Tetris-motive werden an die Fassade der Calwer Passage projiziert. Illustration: Florian Kock

<
Coffee, Cupcakes und Free Game: Werbung in Kartenform. Konzeption: Sascha Wahlbrink

