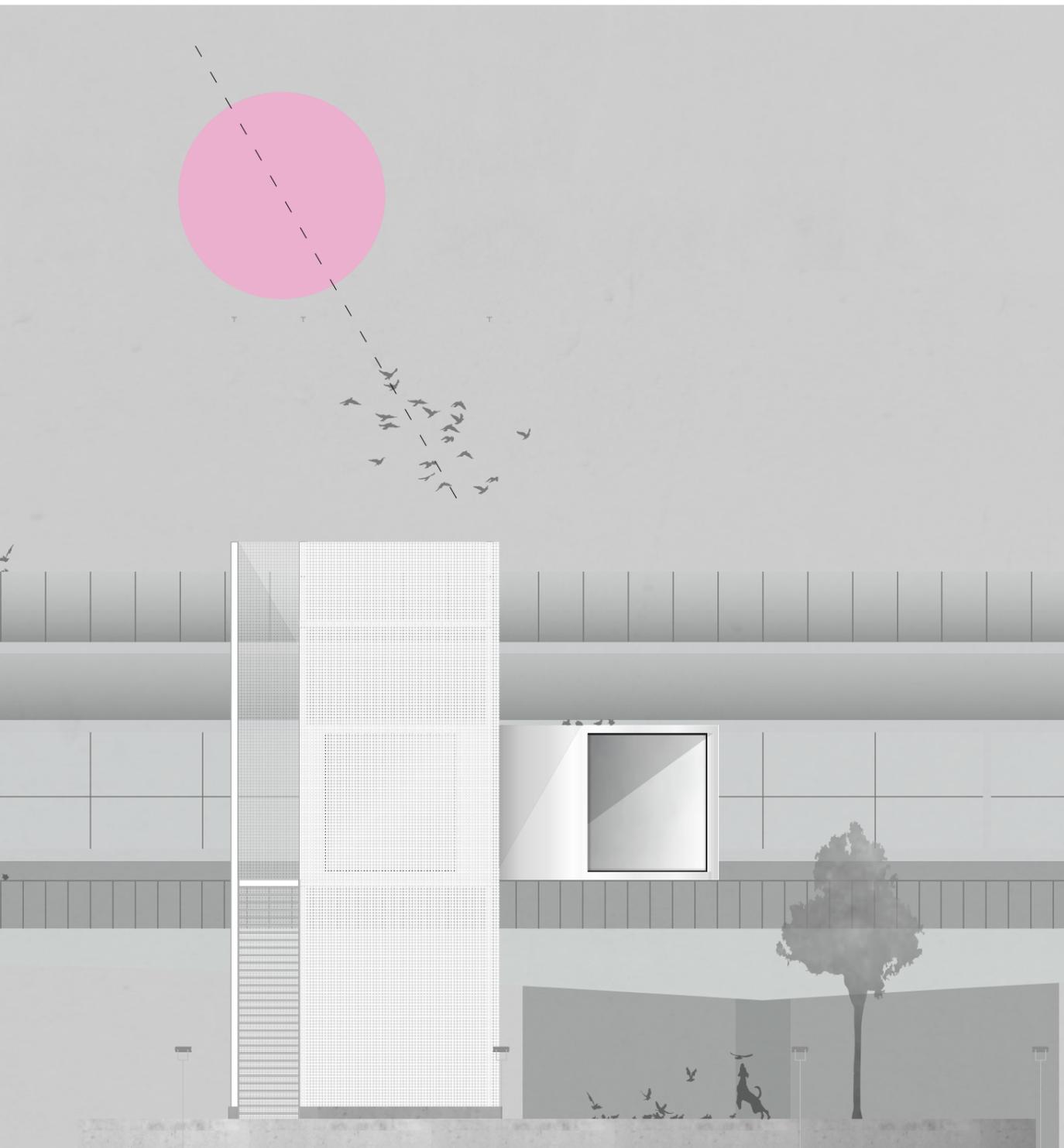


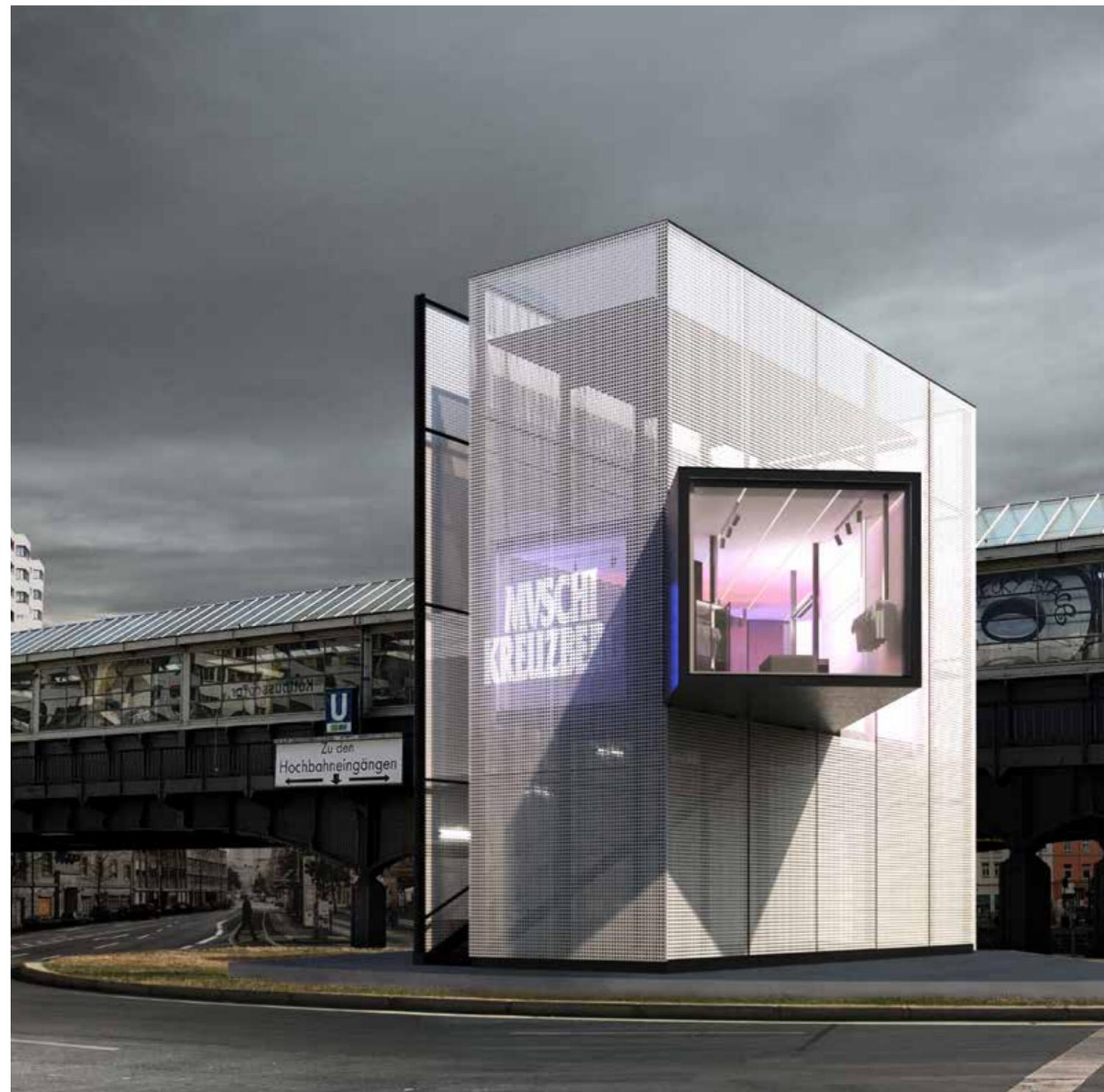


bachelorthesis
vincent schwegmann

prof. carsten wiewiorra
prof. johannes brückner



Ansicht Nord



Visualisierung Architektur

Retail am Kotti

Bachelorarbeit

Prof. Dipl.-Ing. Carsten Wiewiorra
Prof. Johannes Brückner

Wenn man anfängt über den Ort in Berlin Kreuzberg zu recherchieren, wird man zu aller erst mit vielen negativen Nachrichten überschüttet: „Platz der Verdammten!“ (Spiegel), Ort zum Fürchten!“ (Berliner Tagesspiegel), „No-go-Area.“ (Welt).

Ein Parallelkosmos am „Kotti“, bestehend aus Tourismus, Anwohnern, Imbissen, Clubs und Bars auf der einen und Junkies, Obdachlose, Gewalt und Kriminalität auf der anderen Seite, vereint die unterschiedlichsten Menschen und Kulturen.

Zwischen Blaulicht und Köfte polarisiert dieser Ort immer wieder. Das Leben am Kottbusser Tor hat 24h geöffnet.

So divers dieser Ort ist, so spannend und herausfordernd ist er auch. Er zeigt die extreme und dunkle Seite von Berlin, durchzogen von Normalität.

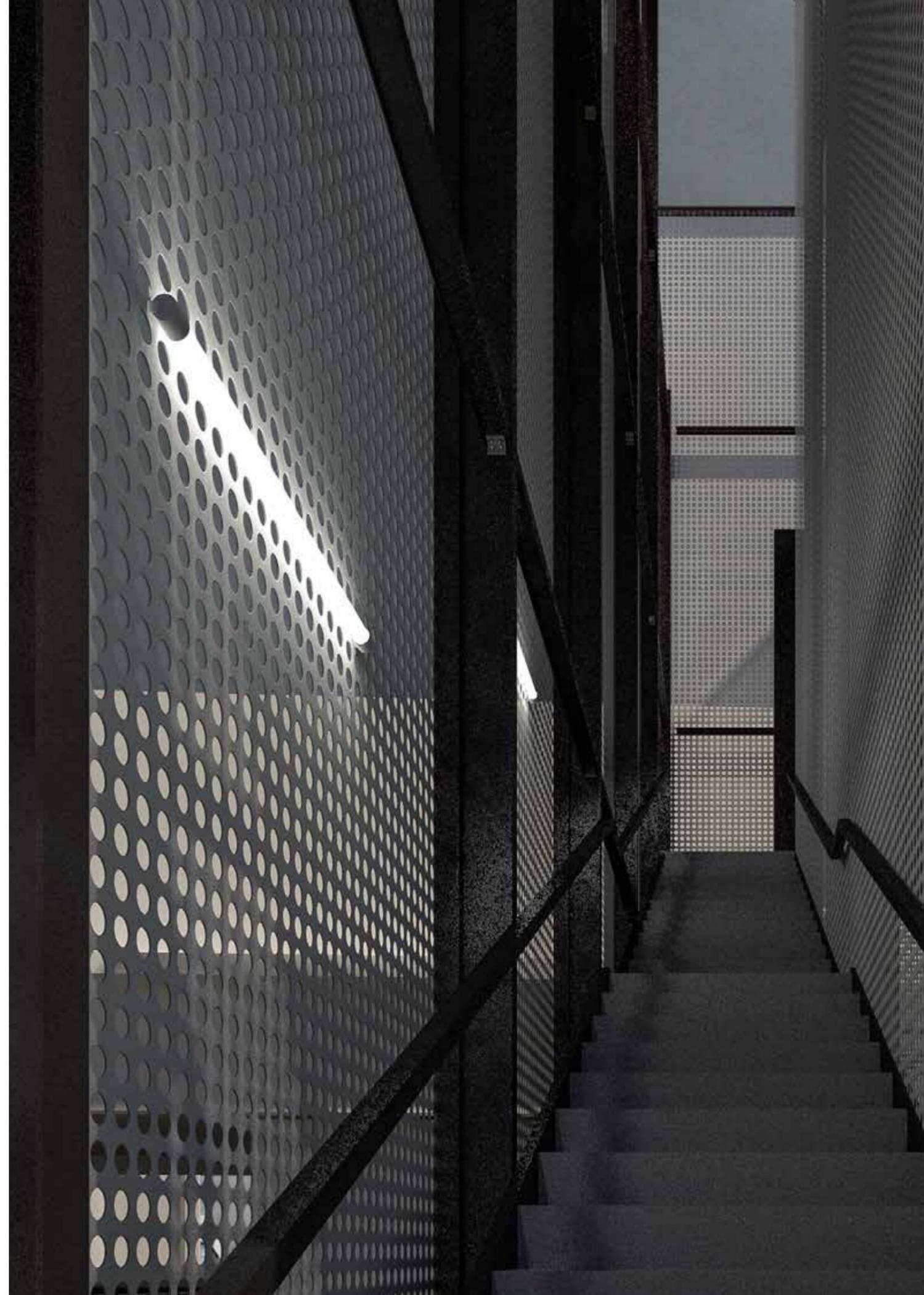
Als Grundlage für den Entwurf eines Retail Stores dient die Marke „Muschi Kreuzberg“. Diese identifiziert sich stark durch einigen Slogans und Social-Media Inhalten mit diesem Ort.

Der Kreisverkehr unter der Hochbahn bildet den zentralen Punkt des Platzes. Auf der Grünfläche entsteht eine Architektur, die durch ihre Höhe und Fassade ein Statement an dem Platz setzt. Aufgeteilt in drei Bereiche, vereint sie Soziales, Kommerz und Öffentlichkeit. Als prägnantes Objekt scheint der Store in der Mitte der Fassade zu schweben.

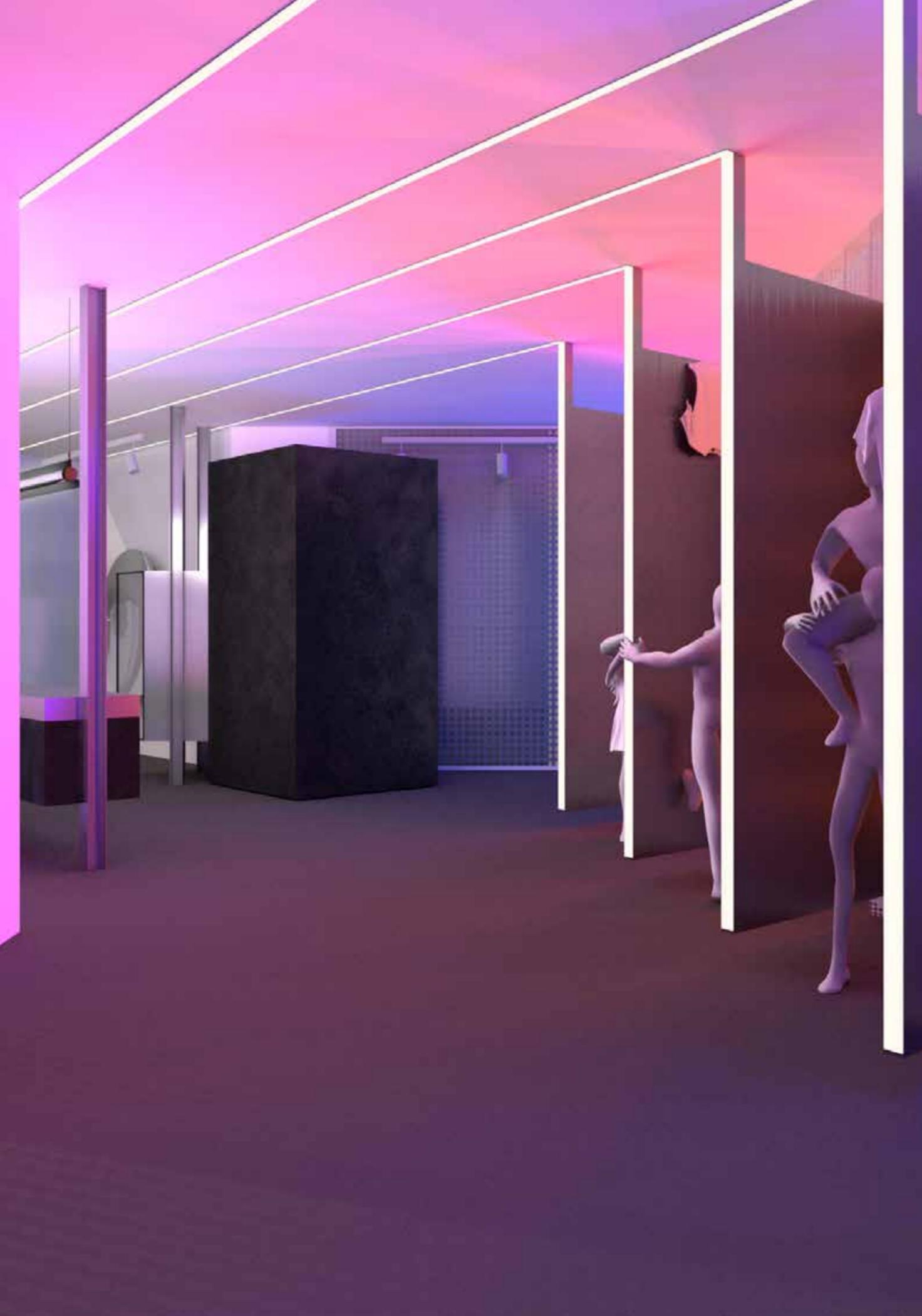
Die Modulbauweise kragt Richtung Adalbertstraße und Reichenberger Straße aus und richtet seinen Blick auf einen belebten Vorplatz. Das Schaufenster der Auskragung bleibt als einziges von drei Fenstern von der Lochblechfassade befreit. Damit entsteht eine erhöhte Aufmerksamkeit der Passanten auf den Shop und seinen Inhalt. Es wird zum ersten Teil der Inszenierung.

Für den sogenannten Sozialen Bereich entsteht ein Planungsbüro und Aktionsraum für die Marke. Durch mehrere Kampagnen und Aktionen, welche die Marke schon früher für die Unterstützung von Bedürftigen gestartet hat, bieten diese Räume einen Platz, um neues zu planen und auszuführen.

Um auch den Tourismus anzusprechen, besteht die Möglichkeit das Gebäude zu erklimmen und einen gesamten Blick über die Hochbahn und den Platz zu erhalten.







MODE IST EINE KUNSTFORM

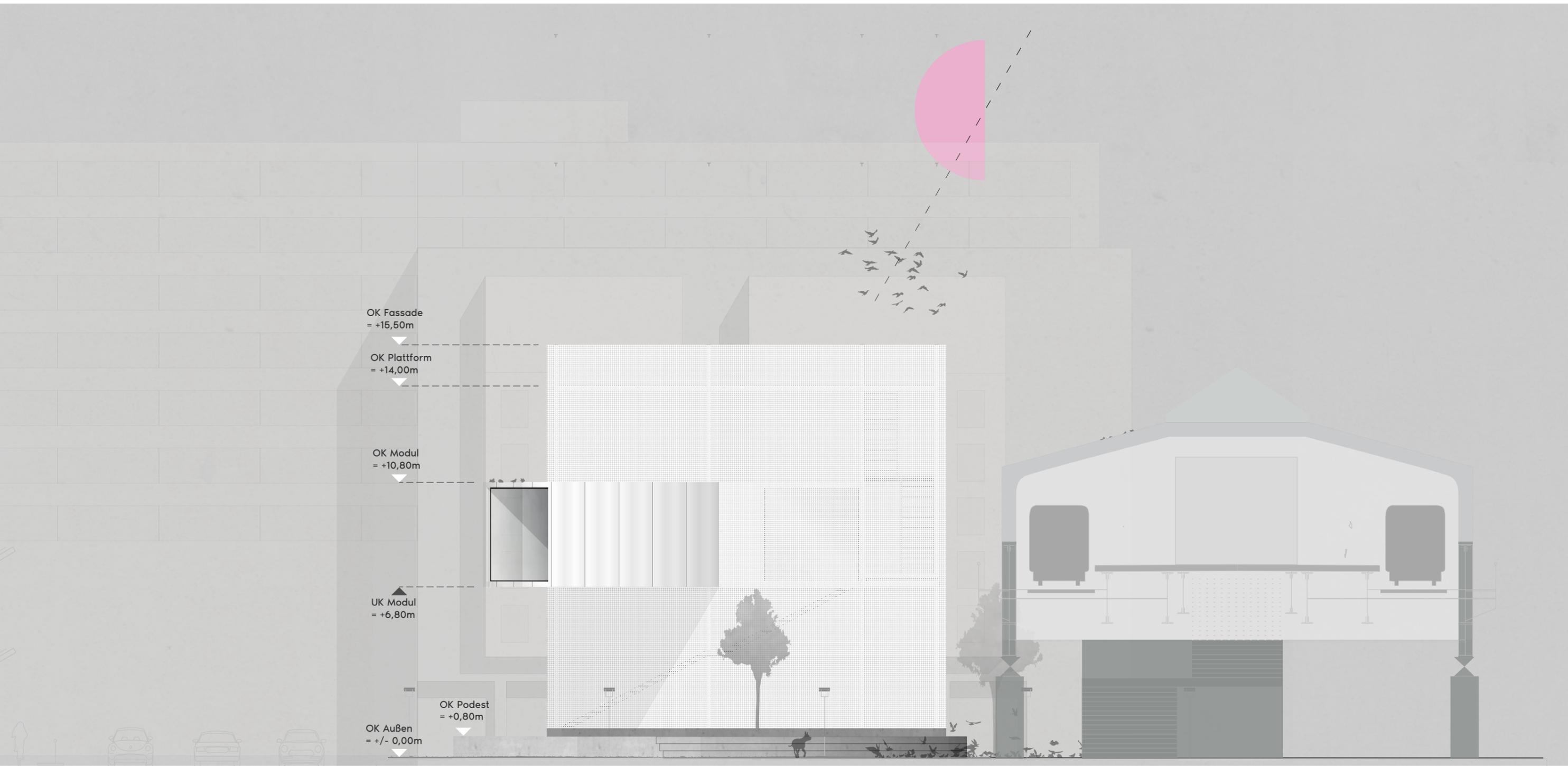
In unserer Gesellschaft erhält Mode einen Stellenwert wie Kunstwerke in Museen. Sneaker werden gesammelt und ausgestellt. Marken werden verehrt und drücken eine soziale Ebene aus. Daher stelle ich mir die Frage: Kann ein Modeladen eine Galerie sein?

Im Entwurf arbeite ich die Besonderheiten einer Galerie heraus: Weißer Raum, zurückhaltendes Interior und das Exponat im Mittelpunkt von allem. Im Kontext zum Ort genügen diese Teile nicht, um Mode am Kottbusser Tor zu bewundernswerten Kunstwerken entstehen zu lassen. Das Zusammenspiel von Inszenierung und Szenografie, sowie eine Club ähnliche Lichtstimmung, lassen den Berliner, der schon „alles gesehen hat“, einen Blick riskieren und erlangen so seine Aufmerksamkeit.

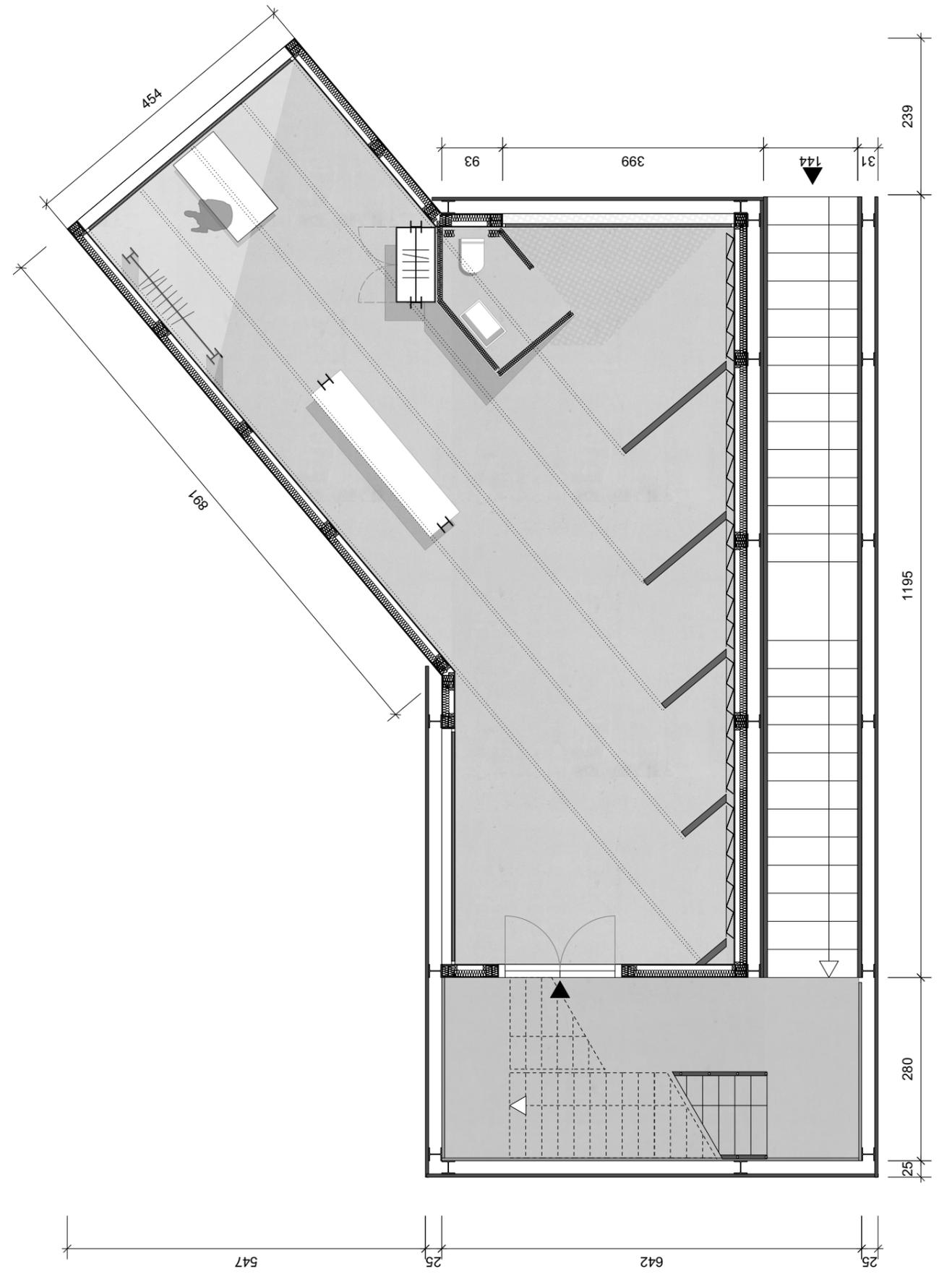
Betritt man den Shop, wird man von vier Szenen mit Mannequins empfangen. In diesen Szenen tragen diese keine Kleidung, wie in herkömmlichen Läden. Vielmehr agieren sie in ihren Posen wie Besucher eines Clubs. Direkt zu Beginn wird das Kleidungsstück zum Protagonisten der Inszenierung und zu einem wichtigen Teil der Szene.

Durch die fließende Bewegung der Architektur wird der Kunde durch den Raum geleitet. Gelangt er zu dem Fenster der Auskragung scheint er, von Außen betrachtet, selbst zur Schaufensterpuppe zu werden und bildet durch das Tragen der Mode einen Teil der Inszenierung.

Die Integration von Augmented Reality im Kontext „Retail“ bieten dem Besucher Erlebnisse, welche ihn länger mit dem Raum interagieren und das Thema Shopdesign neu erfahren lassen.

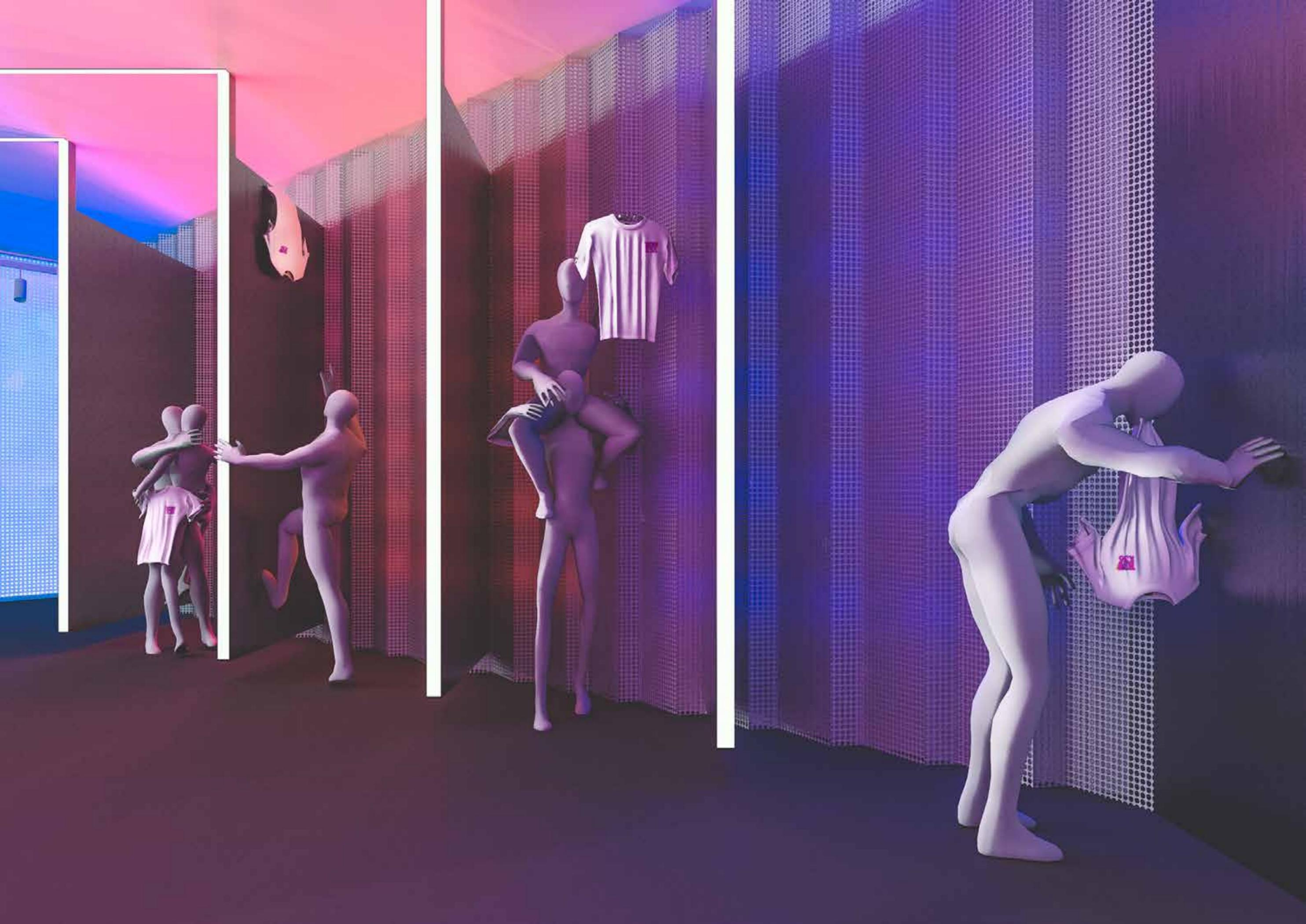


Ansicht West



Grundriss OG











BRAND DESIGN

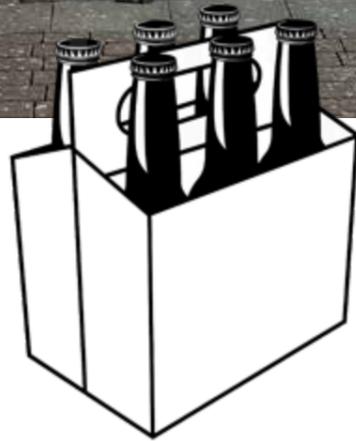


Logo T-Shirt



Logo K36 - Kreuzberg, Bezirk 36

MARKENBOTSCHAFTER



Pfand rein



T-Shirt raus



Der T-Shirt Automat in Berlin

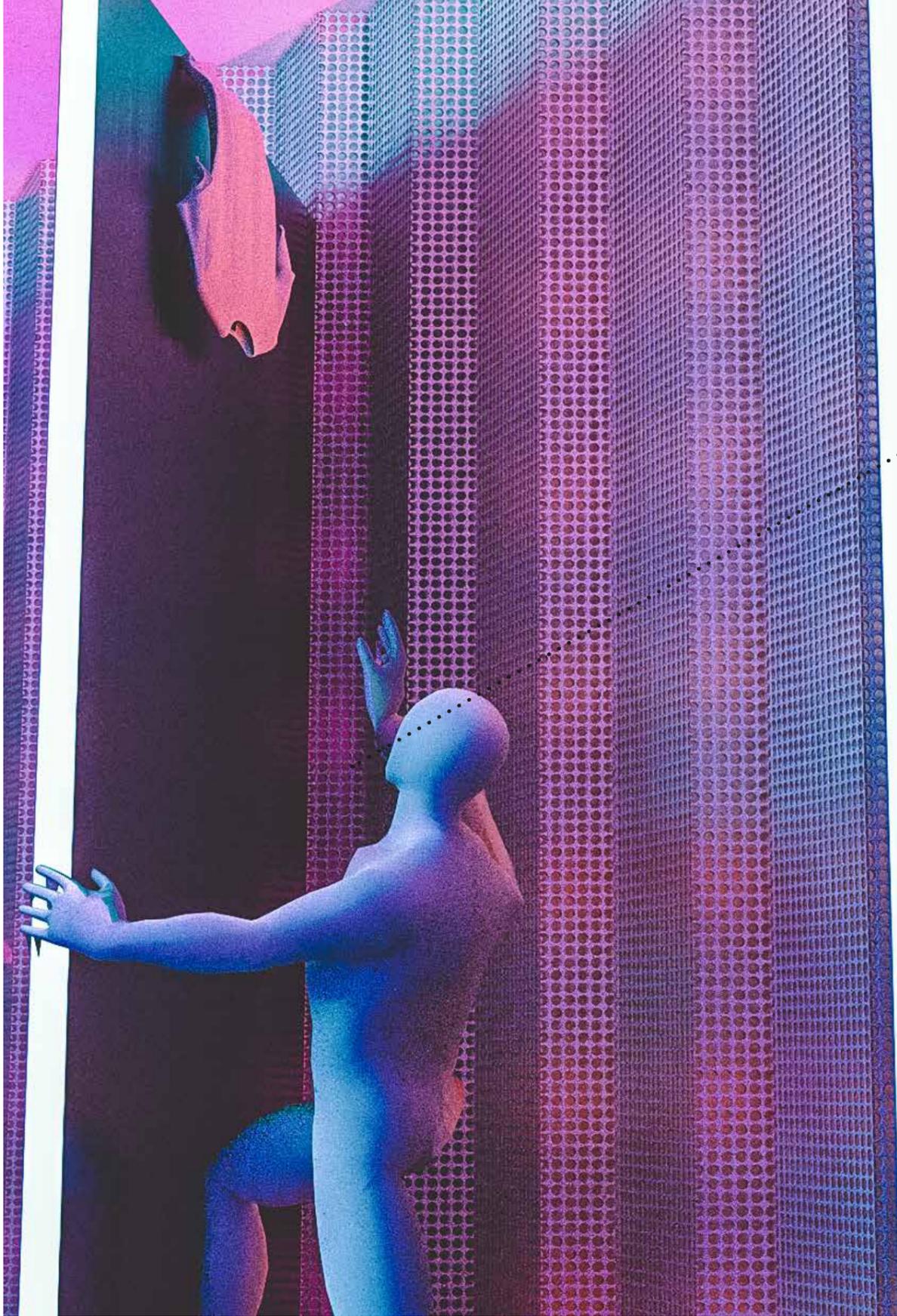
Als Botschafter in Detmold anzutreffen

AUGMENTED REALITY

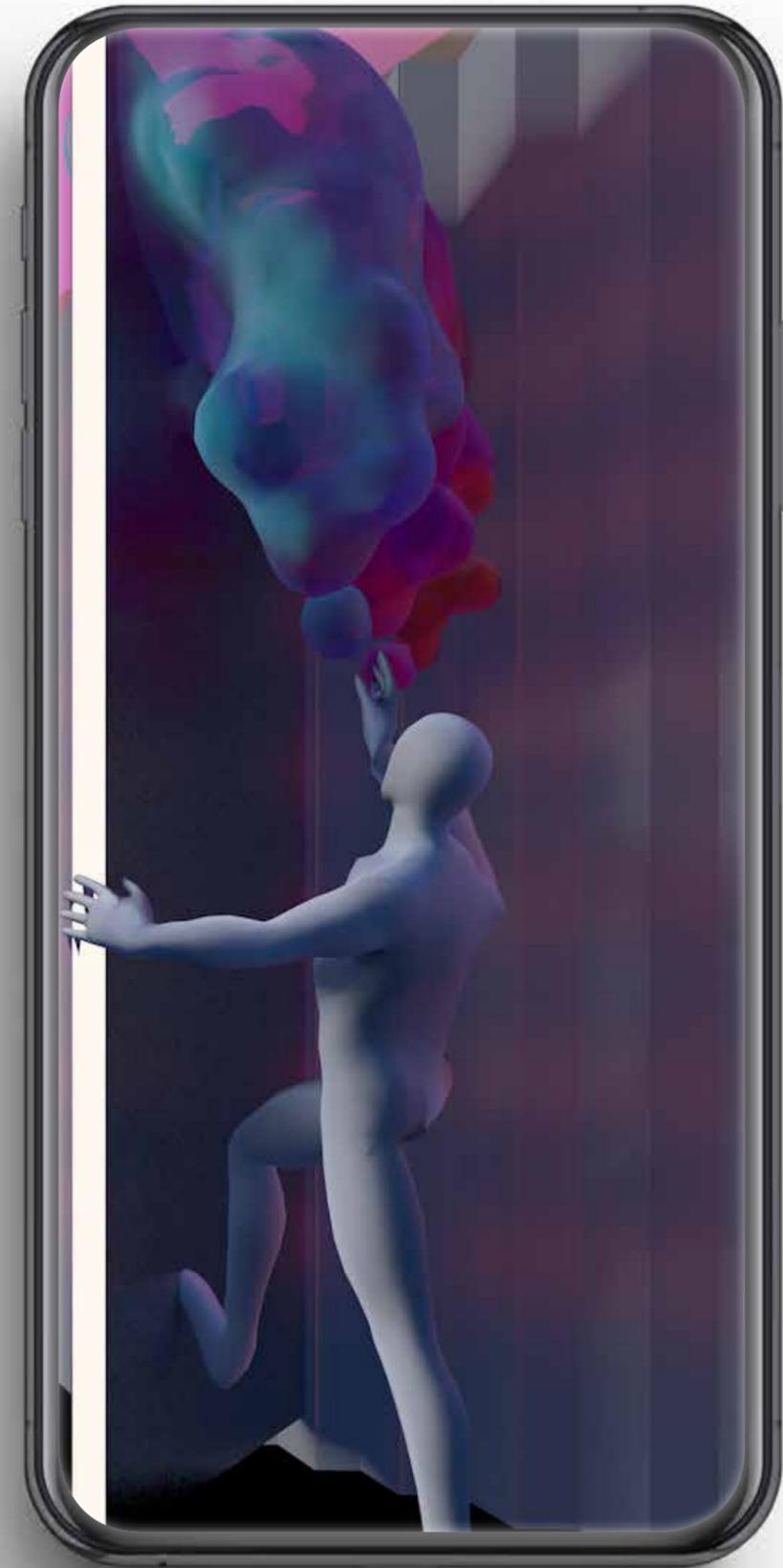


Analoge Szene

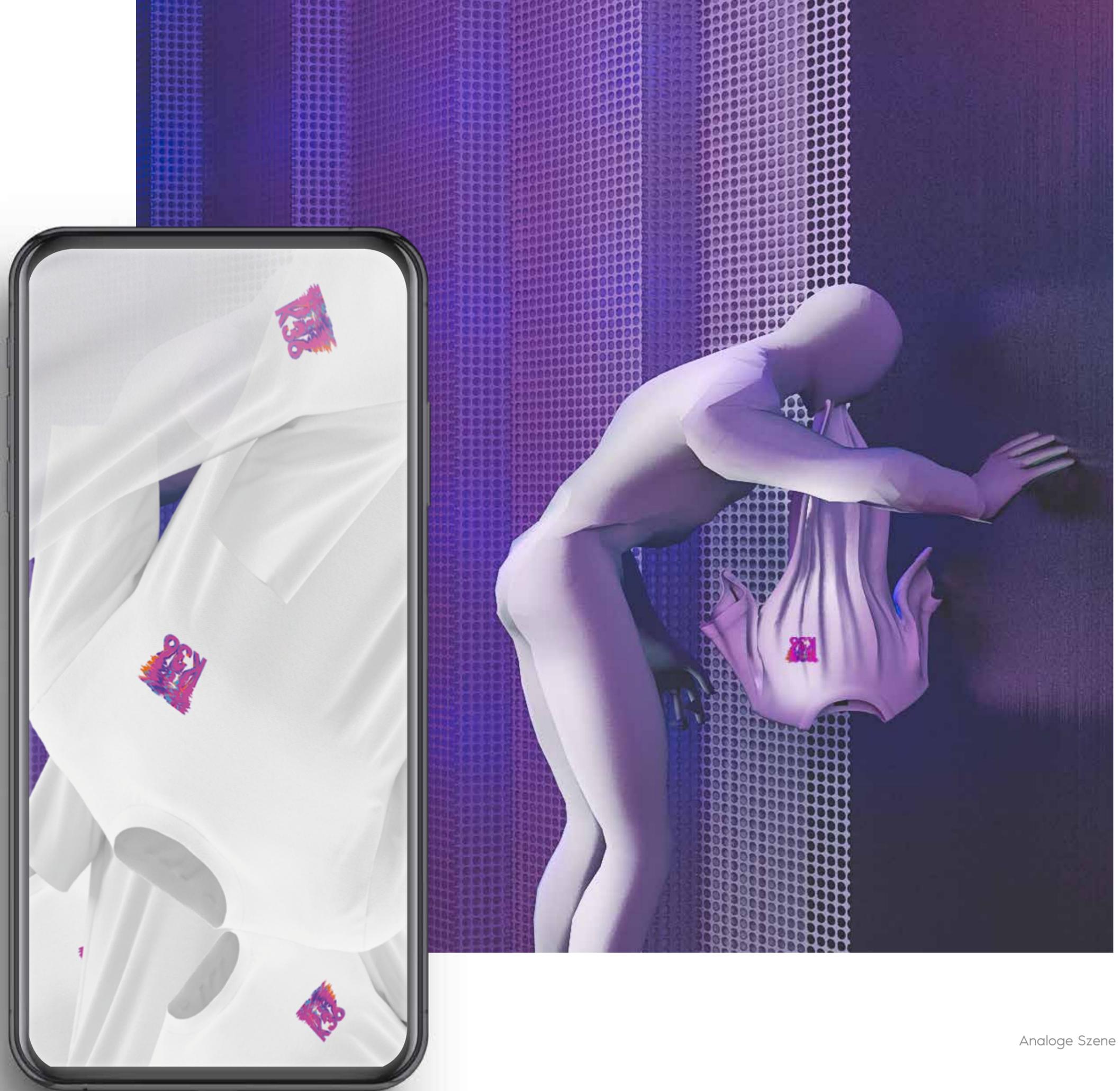
Durch anklicken des T-Shirts in der App, wird es mit den Farben aus dem Logo beschossen.



Analoge Szene



Augmented Reality - Erweiterung der Inszenierung mit digitalen Medien
Das T-Shirt wird zum Wasserfall aus Farbe

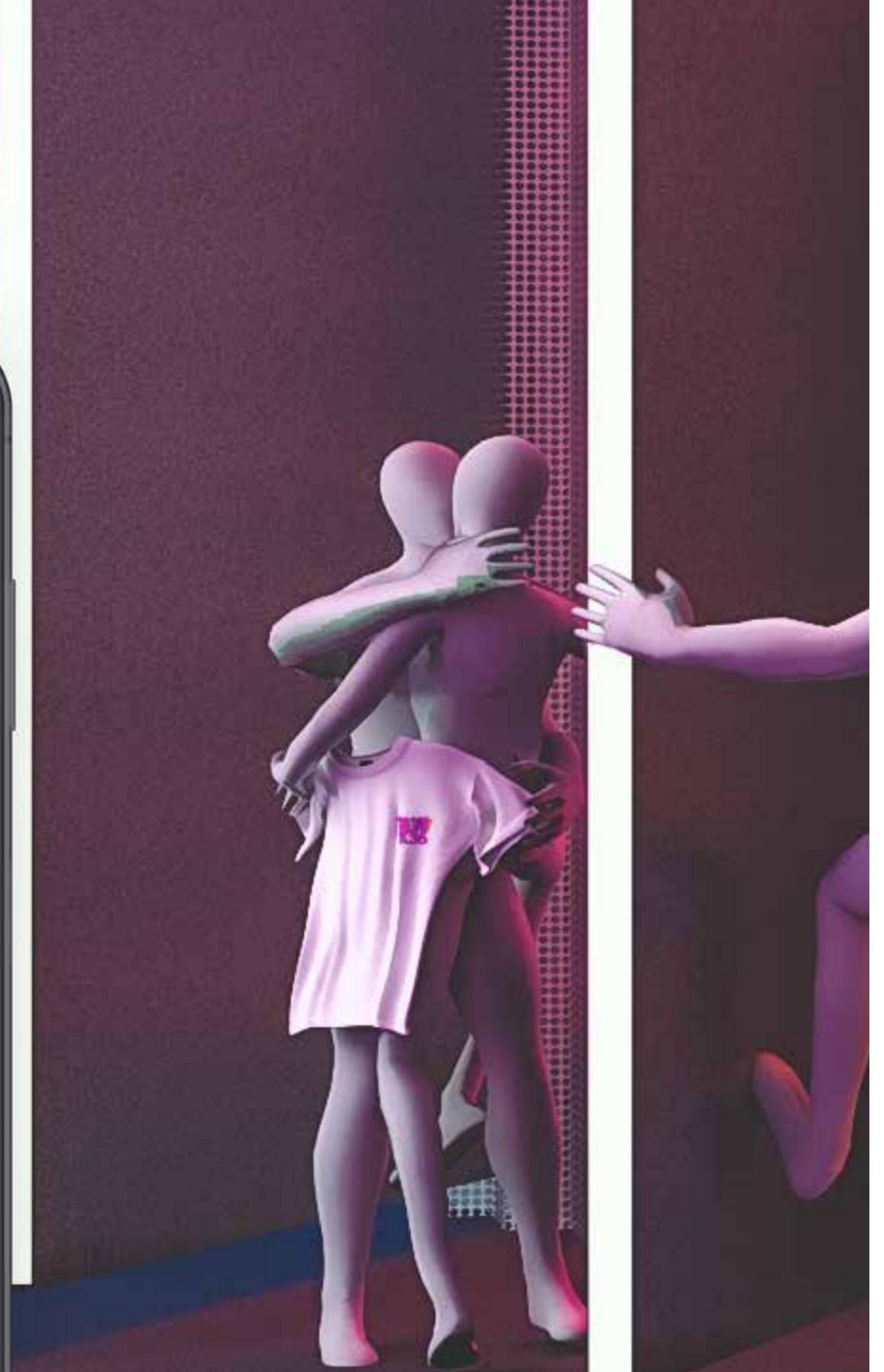


Das T-shirt fällt aus dem Mund und der Bildschirm füllt sich mit den T-Shirts.

Analoge Szene



Näherst du dich mit deinem Smartphone dem Paar, wächst das T-Shirt.



Analoge Szene



Augmented Reality - Erweiterung der Inszenierung

Verhüllung der Architektur durch das T-Shirt - eine Hommage an Christo