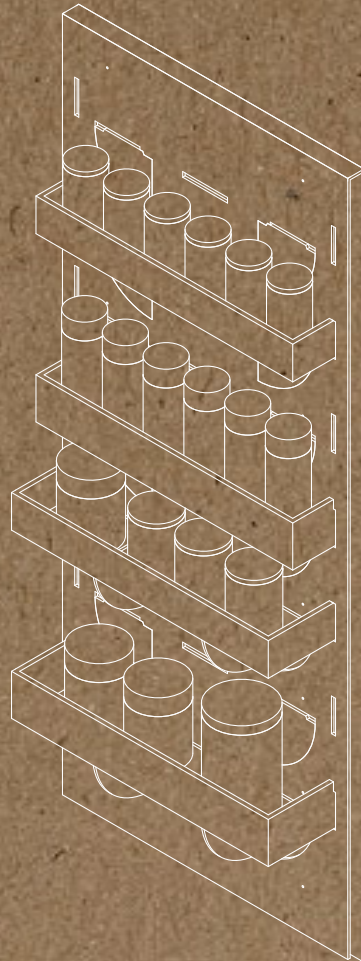
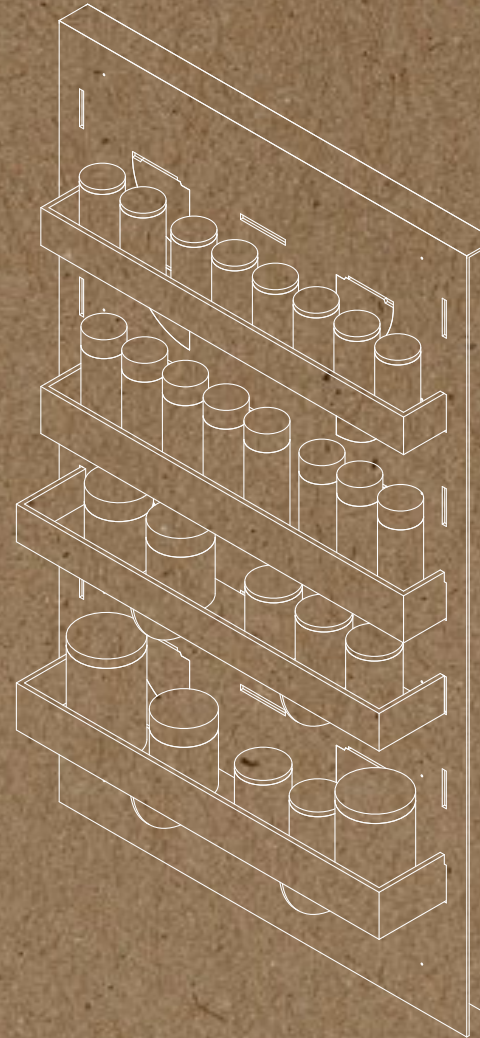


FRITZ

MULTIFUNKTIONALES PAPP-REGAL



Edition 35



Edition 50

FRITZ IST MULTIFUNKTIONAL.

GEWÜRZREGAL



FRITZ IST MULTIFUNKTIONAL.

ACCESSOIREAUFBEWAHRUNG



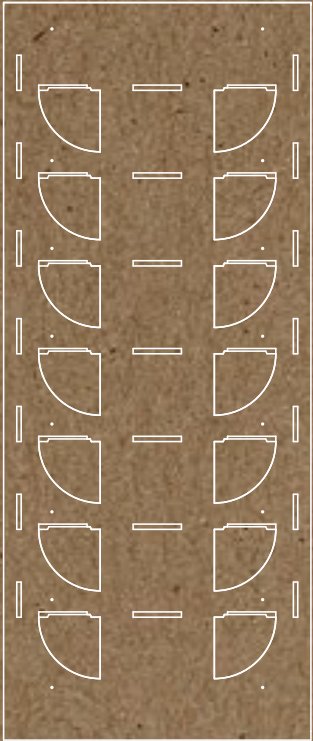
FRITZ IST MULTIFUNKTIONAL.

BÜROARTIKELORDNER

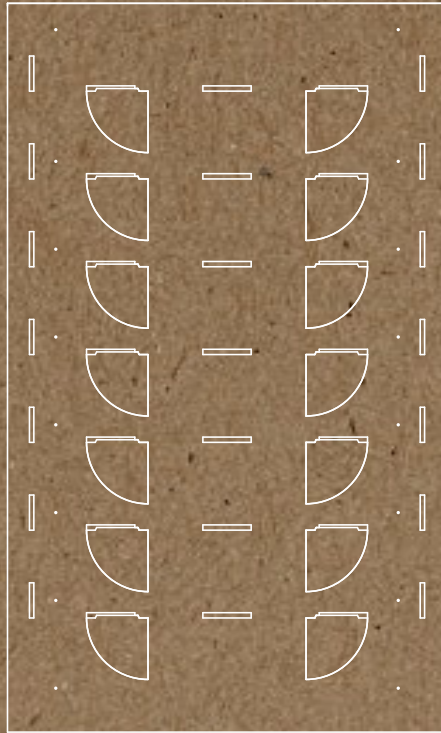


WÄHLE DEINEN **FRITZ**

1 GRÖSSE WÄHLEN

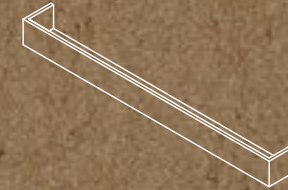
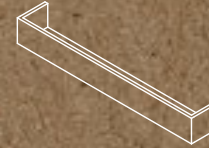


Edition 35



Edition 50

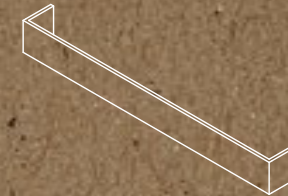
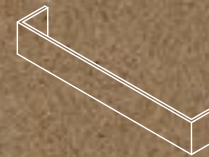
2 REGALBÖDEN ZUSAMMENSTELLEN



Boden B x T x H

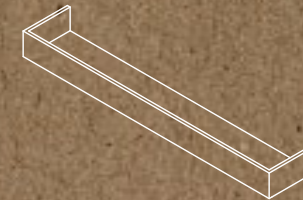
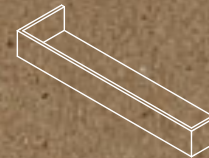
35 x 5 x 4 cm

50 x 5 x 4 cm



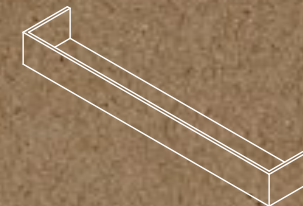
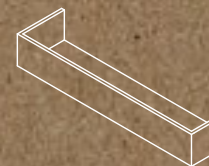
35 x 5 x 5 cm

50 x 5 x 5 cm



35 x 8 x 4 cm

50 x 8 x 4 cm



35 x 8 x 5 cm

50 x 8 x 5 cm

Lieferumfang:



+



Lieferumfang:



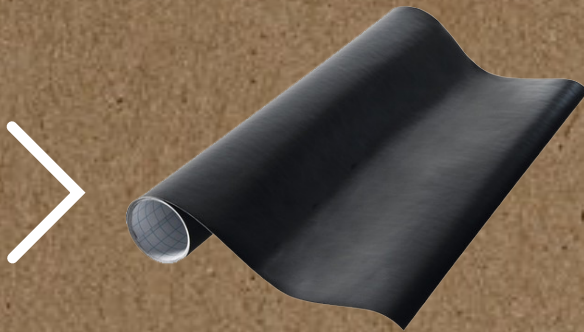
+



WÄHLE DEINEN **FRITZ**

③ ZUBEHÖR WÄHLEN

TAFELFOLIE



ODER

SAISONKALENDER



ODER

MALKASTEN NACHHALTIG



Lieferumfang:



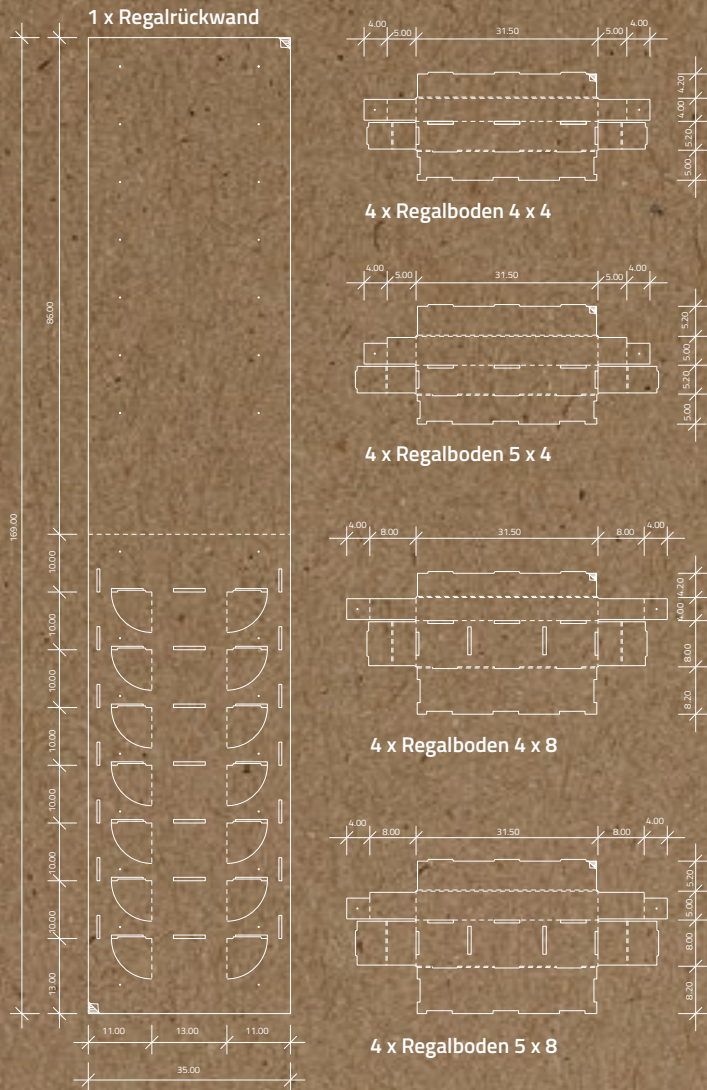
Lieferumfang:



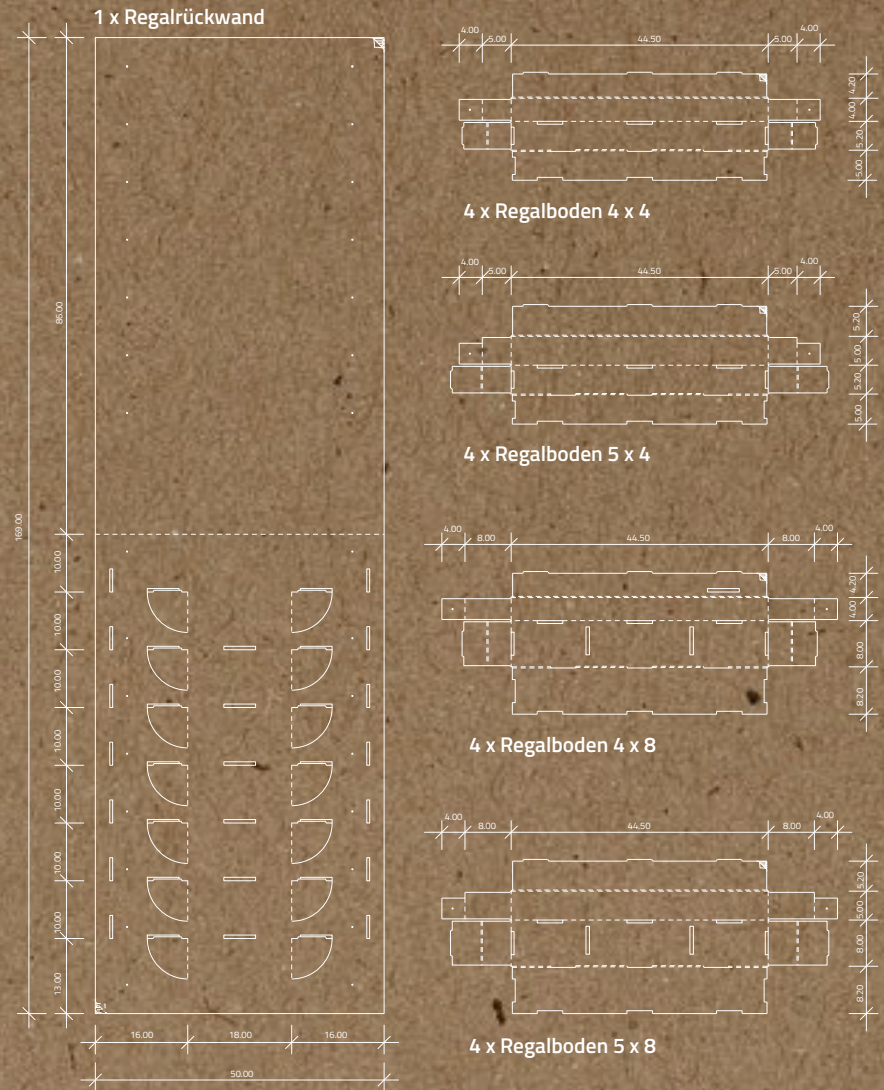
Lieferumfang:



FRITZ SCHNITTMUSTER



Edition 35

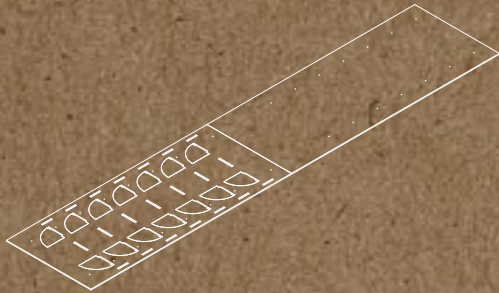


Edition 50

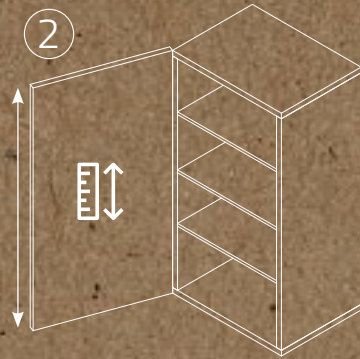
schneiden _____
 falzen - - - - -
 Bemaßung _____

BAU DEINEN FRITZ

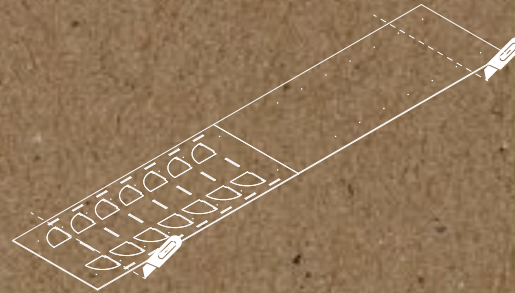
1



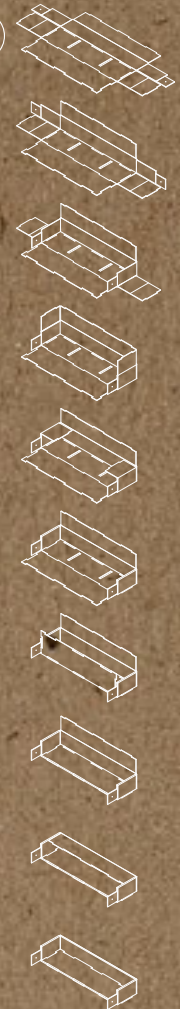
2



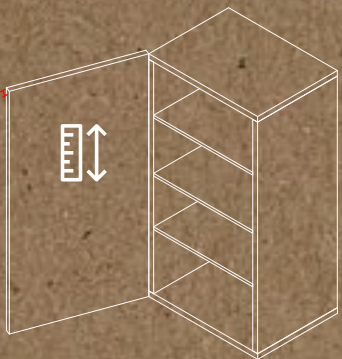
3



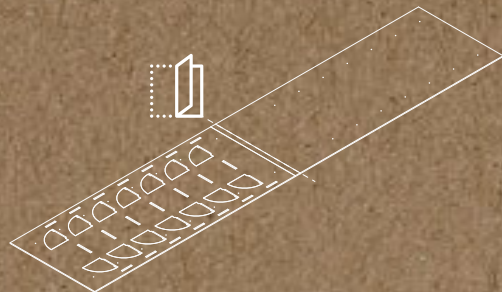
4



5



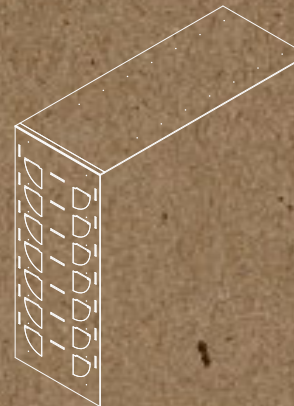
6



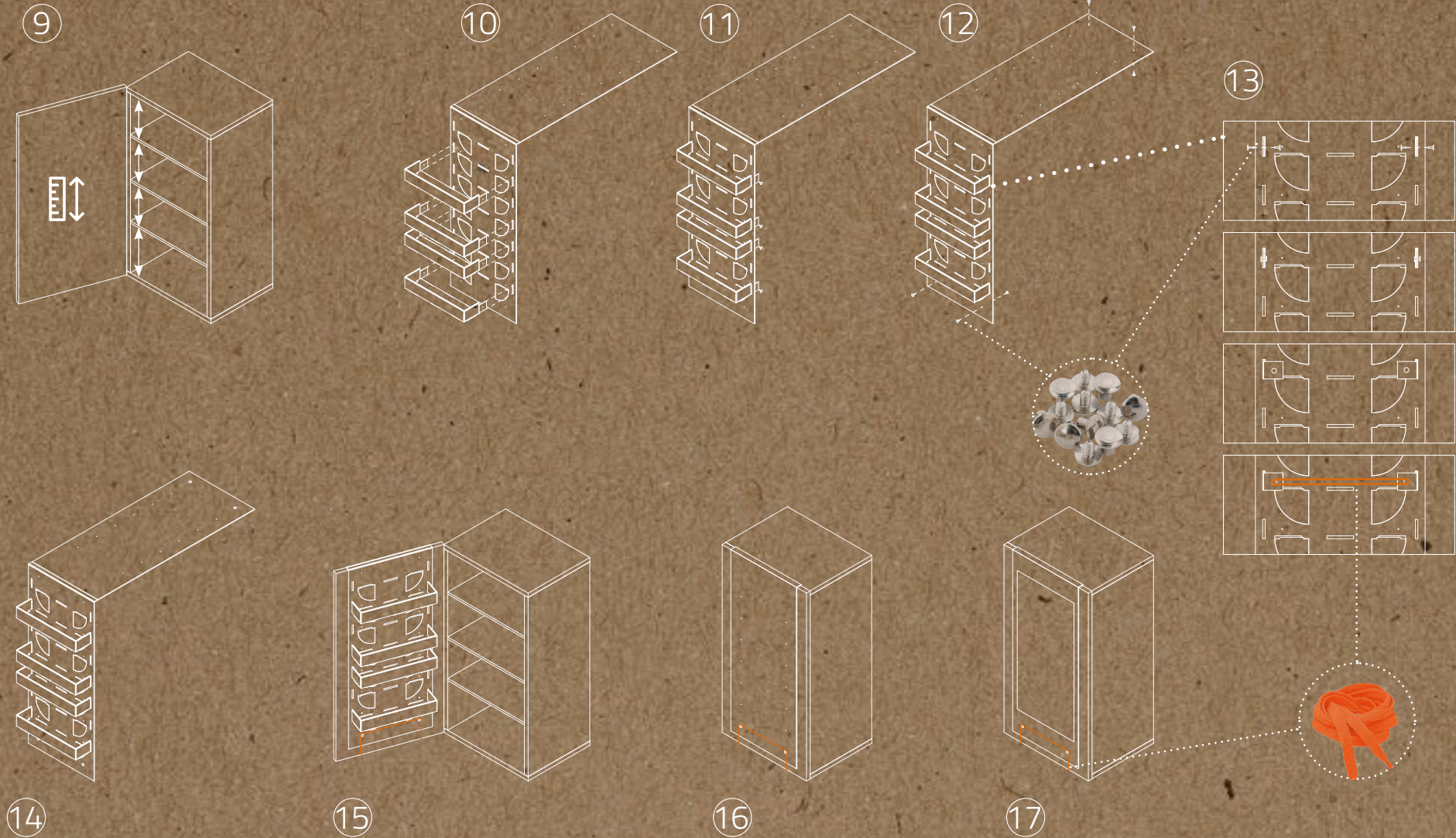
7



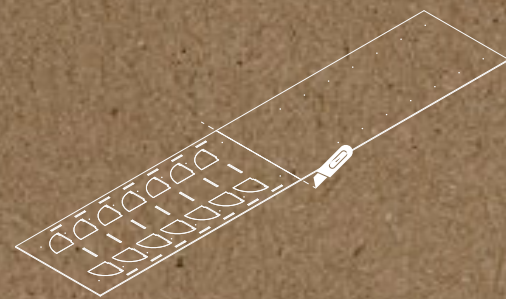
8



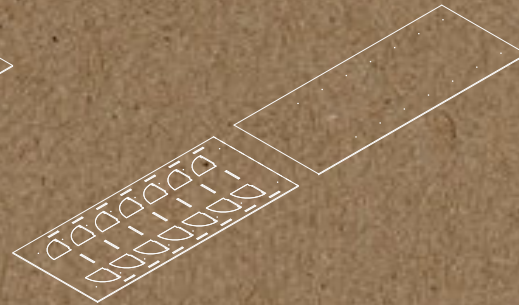
BAU DEINEN FRITZ



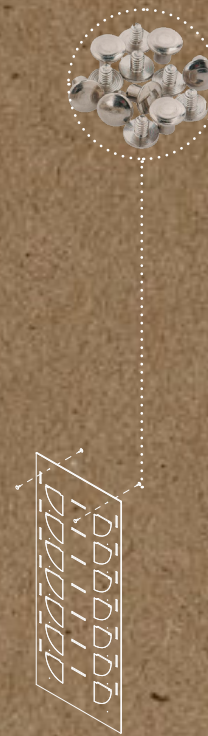
BAU DEINEN FRITZ



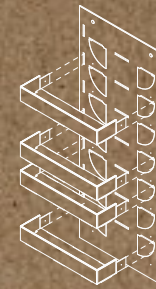
B1



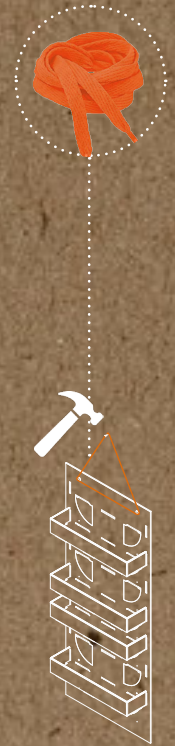
B2



B3



B4



B5

FRITZ' MARKETINGKONZEPT - KEY TAKEAWAYS

ZIELGRUPPENANALYSE

- (kreative) Studierende und junge Berufstätige, 20-35 Jahre alt
- Menschen mit Nachhaltigkeitsfaible, die Wert aufs Anderssein legen
- Expeditives Millieu: Transnationale Trendsetter
 - mental & geografisch mobil
 - online und offline vernetzt
 - individuell
 - zielorientiert, aber kein klassischen Karriere-denken
 - auf der Suche nach neuen Grenzen und Lösungswegen



BUYERS PERSONA

Isabelle Weber, 26 Jahre alt, studiert im Master Urbanistik in Weimar. Kommt aus Sachsen und wurde durch die Eltern früh mit Politik und Kunst konfrontiert. Lebt in einer 4er-Altbau-WG und ist in einer Beziehung.

- zielorientiert im Studium und bei privaten Projekten
- probiert gern neues aus
- kreativ, sozial und politisch engagiert
- möchte ihren ökologischen Fußabdruck reduzieren und achtet auf einen nachhaltigen Lebensstil, was mit einem reduzierten Budget manchmal zur Herausforderung wird
- kauft gern Bio und Second-Hand ein, trägt aber auch In-Marken wie Dr.Marten's oder Reebok.
- interessiert sich für Kunst, Design und Interior
- Ist immer auf der Suche nach neuen stylischen und funktionalen Möbeln. Diese müssen ins studentische Budget passen, gute Produktionsbedingungen, Recyclebarkeit und Langlebigkeit sind aber trotzdem wichtig.
- Sie ist online und offline vernetzt, nutzt Soziale Medien und Apps, aber steht diesen auch kritisch gegenüber und folgt nicht direkt jedem Trend.

CUSTOMER JOURNEY MAP

- **BERÜHRUNGSPUNKTE**
 - soziale Medien
 - Persönliches Netzwerk
 - alltägliches Umfeld
 - Einrichtungsmagazine
- **NUTZERERLEBNIS**
 - startet bereits im Bestellprozess mit individuellen Gestaltungsmöglichkeiten
 - Aufbauprozess ist unkompliziert und macht Spaß durch simple Anleitung und individuellen Gestaltungsmöglichkeiten
 - dem Nutzer wird gewisse eigene Kompetenz beim Einrichten und Mitgestalten zugestanden
- **KUNDENBINDUNG**
 - Umnutzung, Weiternutzung und -entwicklung des eigenen Möbels zu Hause regt zum Kauf ergänzender Ausstattungselemente des Regals an
 - Beratung und Support vor während und nach Kauf

WICHTIG!

- ansprechende und gut bedienbare Website mit Planungs-Tool für Regalsystem
- Nachhaltige und Lokale Produktion garantieren
- Grüner Versand
- Praktikabilität beim Aufbau und Funktionalität bei der Nutzung garantieren
- Werbung (v.a. Social Media und Bewertungen)
- evtl. lokale Partner finden, die Regalsystem vor Ort verkaufen

PERSONA ISABELLE WEBER

Alter 26
Job Studentin
Status in einer Beziehung
Wohnort Weimar
Archetyp Die ambitionierte
kreative Avantgarde



ZITAT

„Ich liebe es, mich mit zeitlos stylischen Möbeln einzurichten, die durch ihre Einfachheit eine flexible Nutzung ermöglichen und leicht zu handhaben sind. Dabei ist mir wichtig, dass diese nachhaltig sind und nicht zu viel kosten.“

KURZBIOGRAFIE

Isabelle studiert im Master Urbanistik an der Bauhaus-Universität Weimar. Sie stammt aus einem kleinen Dorf in Sachsen, wo ihre Eltern und ihr kleiner Bruder auch immer noch leben. Ihr Vater ist freischaffender Künstler und ihre Mutter Lehrerin für Gesellschaftswissenschaften und Politik, ein Interesse für diese Gebiete konnte sie so schon früh entwickeln. Im Bachelor hat sie bereits in Weimar studiert - Architektur. Sie lebt in ihrer Altbau-4er-WG in der Westvorstadt und teilt sich das Zimmer mit vielen Pflanzen und ihrer liebsten, über die Jahre angesammelten Einrichtung - ein Mix aus Vintage-Möbeln, Selbstgebautem und IKEA-Basics. Sie engagiert sich in mehreren Uni-Initiativen und zum Stressausgleich wird sie gerne kreativ tätig und probiert neue Dinge aus - Malen, Werkeln, Töpfeln zum Beispiel. In den Semesterferien verreist sie gerne mit ihrer Freundin und besucht Museen oder Galerien. Mit der Corona-Krise sind ihr ihre Einrichtung und ein hyggeliges zu Hause noch wichtiger geworden und ihr Bewusstsein für Umwelt und soziale Gerechtigkeit gestiegen.

MOTIVATION

- Weltverbessern, etwas Gutes tun
- die eigenen Energien in eine bessere Zukunft für alle investieren
- eigene Grenzen austesten und neue Lösungswege aufzeichnen

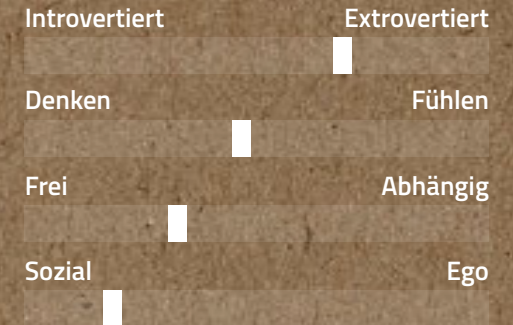
ZIELE

- Studium mit guten Noten abschließen und einen gutbezahlten Job finden
- einsetzen für einen klimaneutralen Uni-Campus
- nach dem Studium für ein Jahr an einem Entwicklungshilfeprojekt im globalen Süden mitwirken
- eigenen ökologischen Fußabdruck reduzieren

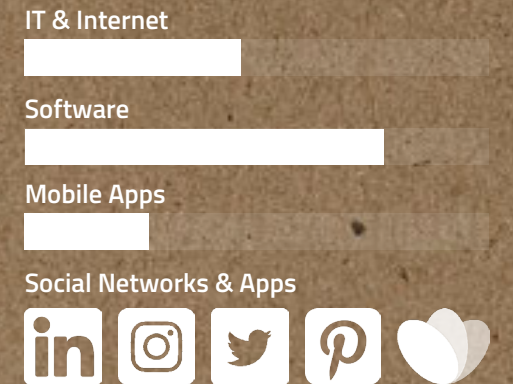
FRUST / SCHMERZPUNKTE

- bezahlbare Möbelhersteller wie IKEA produzieren in Entwicklungs- und Schwellenländern, ihre Produkte sind weder nachhaltig noch fair produziert und haben keine lange Lebensdauer
- beim Einkauf im Supermarkt um die Ecke, lassen sich Produkte von Unilever oder Nestlé kaum vermeiden
- eigenes Umfeld ist an vielen Stellen nicht nachhaltig gestaltet

PERSÖNLICHKEIT



TECHNOLOGIEN



MARKEN



FRITZ' CUSTOMER JOURNEY MAP

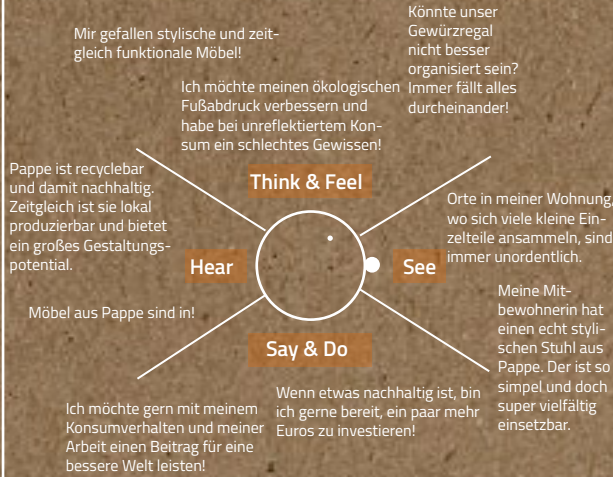
PERSONA Isabelle Weber

26, Studentin, Die ambitionierte kreative Avantgarde, in einer Beziehung, wohnt in 4er-WG in Weimar

Umweltbewusst, politisch und sozial engagiert, zielstrebig und offen für neue Ideen, kreativ, Interesse an Kunst, Design und Interior, nutzt soziale Medien und Apps reflektiert



USER INSIGHTS mit Blick auf Innenreinigung



PAINS

- Unordnung und kein Überblick im Gewürzschrank, auf dem Schreibtisch oder in der Accessoir-Schublade vom Kleiderschrank
- bezahlbare, stylische Möbel sind häufig nicht nachhaltig produziert und schlecht recyclebar

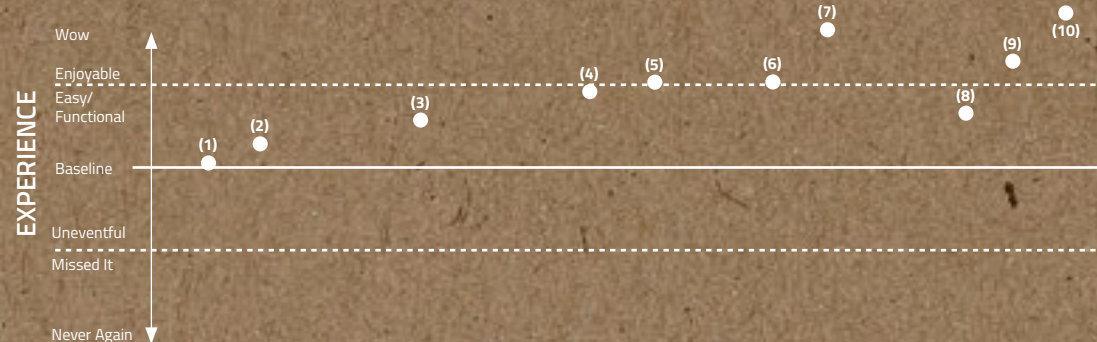
GAINS

- Wohlfühlen zu Hause in einer geordneten und stylisch eingerichteten Wohnung
- Verringerung des ökologischen Fußabdruck und bessers Gewissen beim Möbelkauf
- unkomplizierter Transport und Aufbau von neuen Möbeln

OPPORTUNITIES

- ein Möbelstück für viele Orte: mehr Ordnung zu Hause oder am Arbeitsplatz
- Beitrag leisten zu Klima- und Umweltschutz
- Umziehen, Umräumen, Umordnen mit dem selben Möbelstück möglich

Produktidee: Multifunktionales Regalsystem aus Pappe



CRITICAL SUCCESS FACTORS

Verfügbarkeit von Material und Produkt

Lagermöglichkeit

Vertieb und Versand, Akzeptanz der Verkaufsplattform

bei starker Nachfrage: FSC-Zertifizierung und regionale Produktion gewährleisten

CRITICAL CUSTOMER METRICS

Preis

Funktionalität/ Praktikabilität/ Komplexität/ Flexibilität des Produkts

Langlebigkeit des Materials und bei häufigen Umbauten/ Umbnutzungen des Möbels

Kund*innen-Bewertungen

Service- und Beratungsangebot (vor und nach Kauf)

IMPORTANT STAKEHOLDERS

Produzent*innen

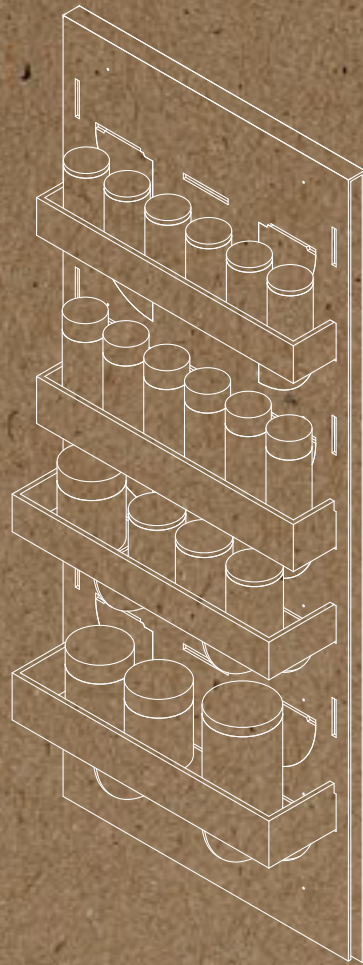
Lieferant*innen

Nutzer*innen

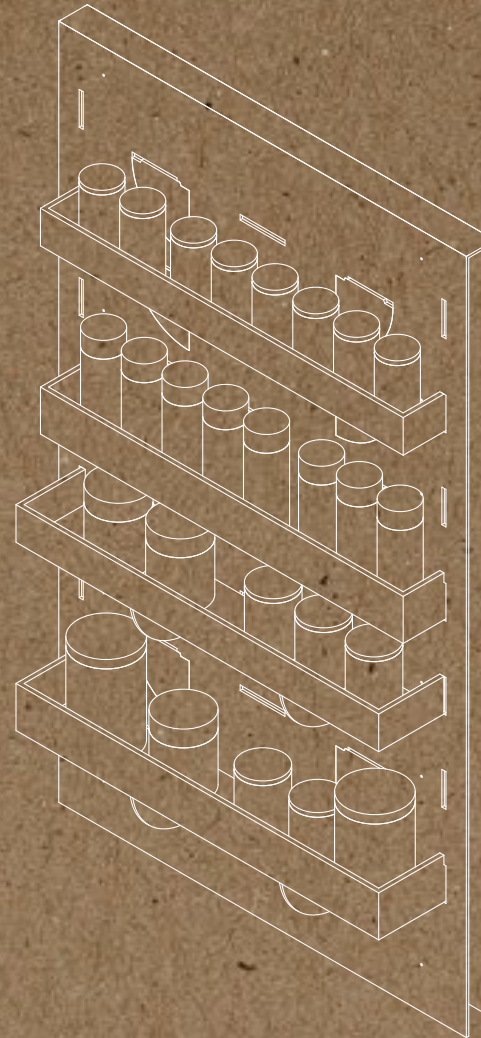
Verkaufsplattform

Bewerbende des Produkts (Influencer*innen, Kundenbewertungen/ -empfehlungen)

Designer*in (Weiterentwicklung des Produkts)



Edition 35



Edition 50

FRITZ SAGT DANKE UND TSCHÜSS!