

KUNST

Affektive Feldforschung in einer Stadt - optische und kognitive Abenteuer, Architekturen, Kompositionen, Bild- und Klangwelten - in einer Inszenation von Schar und zu hören. Bewusst zu sehen und zu hören.

besteht? die Folgen des Bild

CHOCOLATE STEHT KEIN FRAGEN! CHOCOLATE

* QR *
 Was brauchen wir wirklich? Nahrung für Körper & Geist, Erlebnisse, Inspirationen, gesunde Austausch

„Gerade in heutigen Zeiten sind wahrheitsgemäße und anspruchsvolle Nachrichten wichtiger denn je. Deswegen brauchen wir einen starken Printjournalismus.“

wenig vom Leben ist genug?

* DIE *
 IDEE

SCHOKOLADE

- Kakao
- Kaffee
- Meeresalz
- Milchhülle
- Verpackung
- Mehrwert
- Bremen-atmo
- die neue nicht auf Behälter für Besucher

- * die klare Kundenerwartung
- * Motto: Leuten im Linnen = Wagen um Linnen
- * Bremen abbrechen: Kaffee (Münchener) / plister
- * die Verpackung
- * leitet über QR-Code
- * auf Feldforschung STECKER
- * mit anrichten, Klängen, Information
- * und von dort in unsere wahlte cafe der Stadt
- * STECKER bietet MEHRWERT

- edel, geschmackvoll, anspruchsvoll, innovativ - ein echtes Wagnis in Neuland
- infredentien / Kalkulation
- Kommunikation

EXPERIMENT 23
 Beispiel: 4
 2020

- die Kundenerwartung
STECKER
- von außen anrichten
 - Atmosphäre der Szene
 - Angebot an Produkten
 - die Sachstube
 - nicht besch in die Historie
 - Mehrwert aufnahme
 - CORONA-KRISE**

Welche Kräfte sieht die Wiese frei?
 Welche neue Sicht wird zur Sicht?
 Wohin führt der Weg?

INNOVATION
macht stark

= neue Gestaltung des Cafes mit Kunden aus dem Projekt =

"In keine Genöten"
 Jimpheer Kontakte