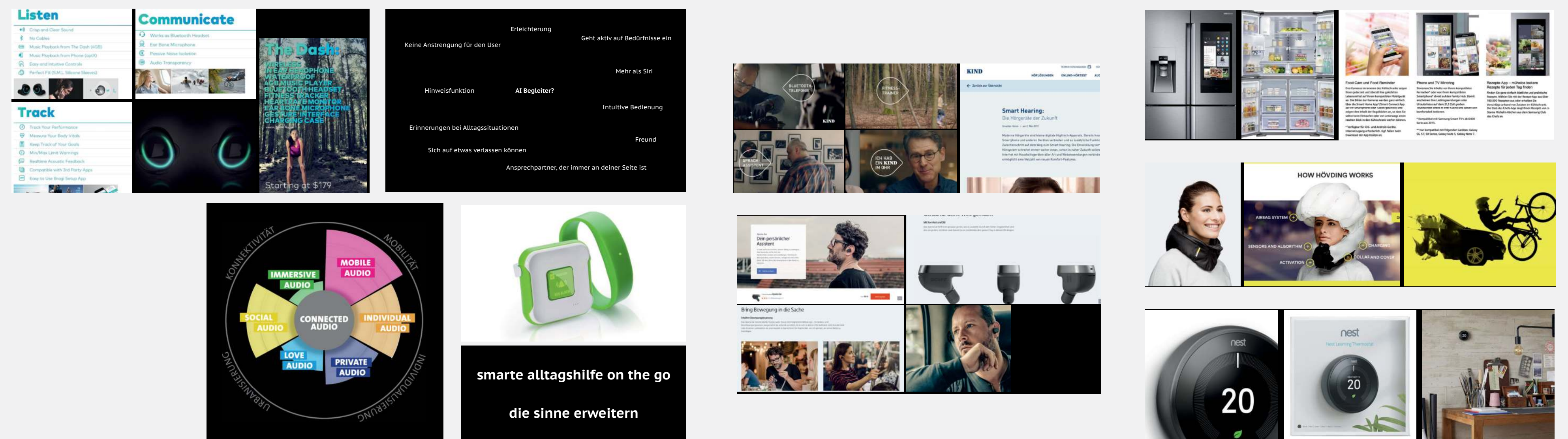


# near

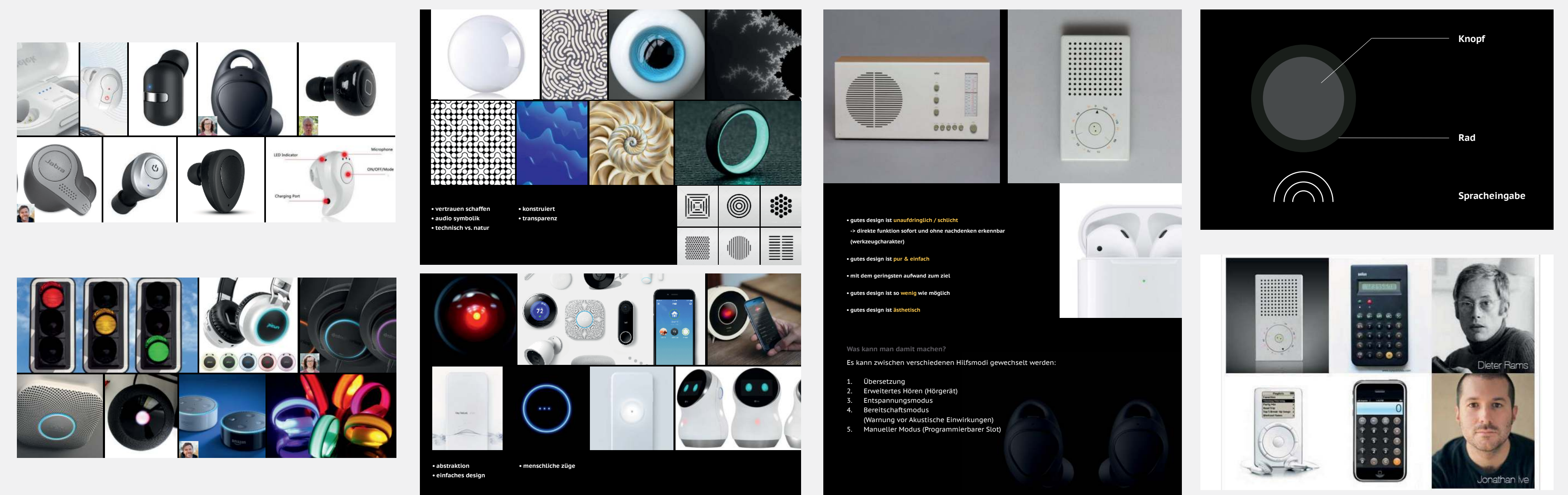
## 1 Themenfindung & Recherche

Begonnen haben wir mit einer ausführlichen Projektdefinition sowie einer intensiven Recherche zu den Themen „smart“, „Kopfhörer“, Trends, AI und aufkommenden Technologien. Ausgiebig haben wir uns mit Produkten aus ähnlichen Bereichen beschäftigt und daraus eine für unser Projekt passende Strategie entwickelt. Mit den daraus gewonnenen Informationen konnten wir einen verbesserten Ansatz für unsere Marke aufstellen.



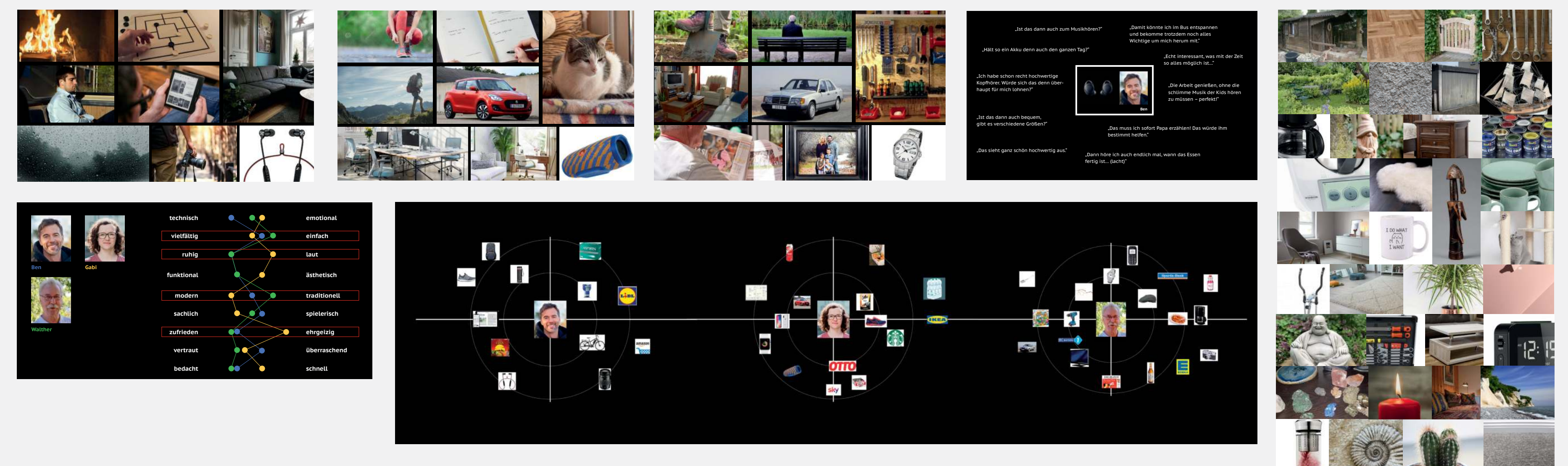
## 2 Projekterschließung & Definition

Mit near wollten wir eine smarte Alltagshilfe schaffen, die dem Nutzer ermöglicht zu kontrollieren, was er akustisch wahrnehmen möchte. Zentrale Bestandteile waren die Nähe am Menschen, sowie ein Abbau von Hemmungen, neuen Technologien und Hörprothesen gegenüber.



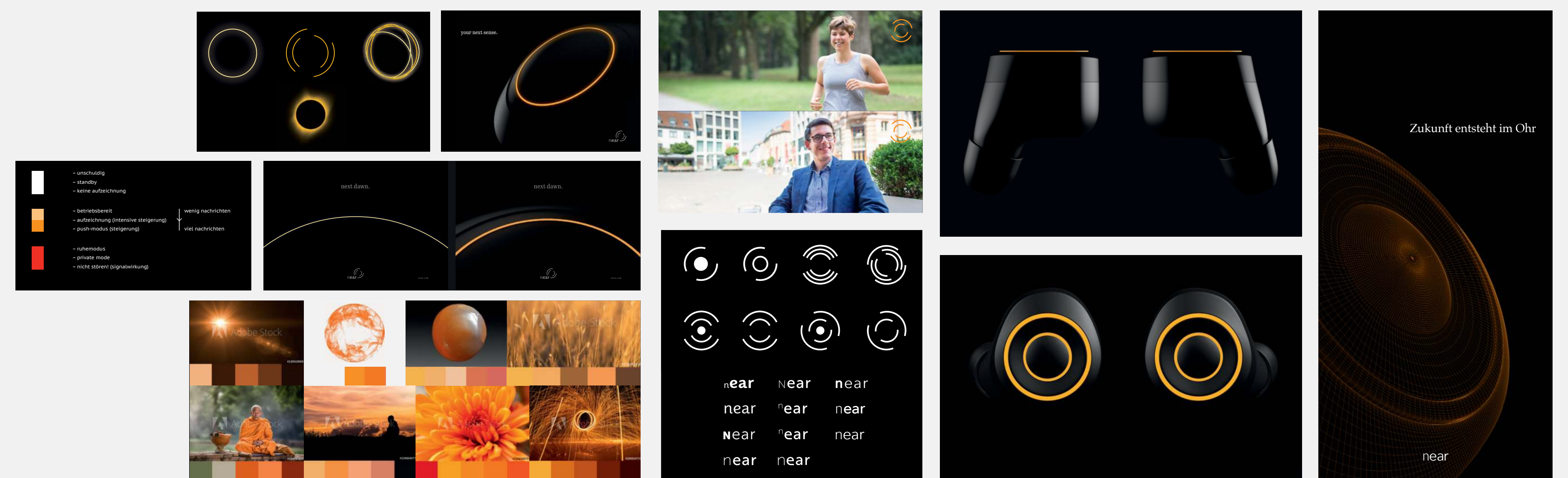
## 3 Storytelling

Im nächsten Schritt haben wir fiktive Personen, deren Lebenswelten und Tagesabläufe erdacht. Diese waren für den weiteren Projektverlauf notwendig, um beim weiteren Produktdesign auf spezifische Zielgruppen einzugehen.



## 4 Produktdesign

Die Designphase beginnt: Dem Produkt wird nun ein Gesicht und ein Name gegeben. Farbwelten werden definiert, Formgebung herausgearbeitet und andere charaktergebende Elemente entwickelt. Neben klassischer Logoentwicklung, Claim und Produktrending, zusätzlich haben wir ein Bildkonzept entwickelt, welches einen wesentlichen Bestandteil der emotionalen Ebene des Produktes bildet.



## 5 Finale Umsetzung

Abschließend haben wir das entwickelte Design auf möglichst viele und im Teaserstadium sinnvolle Werbemittel umgesetzt, um das Produkt so gut wie möglich zu präsentieren. Dabei war uns in erster Linie immer wichtig, dass Emotionen und Technik bei der Präsentation in der Waage liegen.

