

---

**WWW.KUNAMO.CH**

---

[INSIGHTS FÜR MULTIMEDIA PRODUCTION FORSCHENDE, MEDIENINTRESSIERE & ZUKÜNFTIG SELBSTÄNDIGE]

ERSTELLT FÜR DIGEZZ.CH

Diese Dokumentation wird in erster Linie für DIGEZZ.ch erstellt und dient zur Analyse des Semester-Praxisprojekts KUN AMO. In der Dokumentation wird der Konzeptgedanke nachvollziehbar dargestellt, die Medienwahl erläutert, der Workflow sowie die Produktionsweise beschrieben.

Ein Multimedia Engineer eignet sich im Laufe seines Studiums drei zentrale Kompetenzen an: zum einen die Fähigkeit im Worldwideweb und mit modernen Medien zu arbeiten. Zum anderen lernt er oder sie, kompetent zu schreiben, zu sprechen, zu filmen und zu gestalten. Und als dritter Punkt, Content medienspezifisch zu produzieren. Diese Web-, Narrations- und Produktionskompetenz bilden den Kern des Studiums.

Genau diese Kompetenzen wurden in diesem Semester-Praxisprojekt für digezz.ch vereinigt und umgesetzt.

KUN AMO hatte seine Geburtsstunde im Sommer 2014 und wird bis zum heutigen Zeitpunkt laufend aktualisiert, verbessert und weiterentwickelt.

# DER RICHTIGE NAME

Den passenden Namen zu finden war eines der grössten Herausforderungen für mich. Der Name durfte International noch nicht gebraucht sein. Zur Zeit bin ich dabei die ersten Einnahmen zu investieren um die Marke bei der IGE Schweizweit zu schützen - der internationale Weg ist noch etwas steinig, da mit den jeweiligen Markenämtern in der Landessprache kommuniziert wird und teilweise hohe Kosten für die Registrierung anfallen.

Wichtig war mir auch der Bezug zu Zürich, resp. die Verbindung zu einer bestimmten Region - aus diesem Grund wird der Zusatz Zürich so oft wie möglich verwendet, ist aber nicht Bestandteil des Namens.

# LOGO VARIANTEN

Nachdem der Name gefunden wurde, habe ich mich direkt an das Logo gesetzt, unzählige Entwürfe skizziert, gezeichnet, umgesetzt, verworfen, gepitcht und angepasst. Gearbeitet habe ich hauptsächlich von Hand, mit Photoshop und final dann mit Illustrator.

Verbesserungspotential: Ich hatte zu Beginn diverse Logos im Umlauf (Facebookpage, Onlineshop, Gmail, Newsletter, etc.) diese überall wieder anzupassen kostet Zeit. Tipp: das Logo muss eines der ersten Dinge sein, welches finalisiert sein soll.

Passende Schriften

Wichtig ist auch, dass man passende Schriften hat und auch diese bereits zu Beginn festlegt. Ich habe mich für zwei Schriften aus der Open Sans Galerie von Google entschieden.

---

## LOGO VARIANTEN



Logo\_01

Schwarze Schrift / Weisser Hintergrund



Logo\_02

Weisse Schrift / Schwarzer Hintergrund

**KUN AMO**  
ZÜRICH

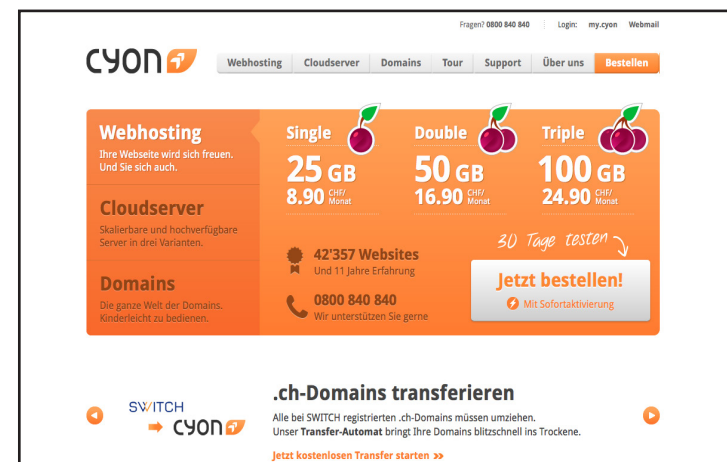
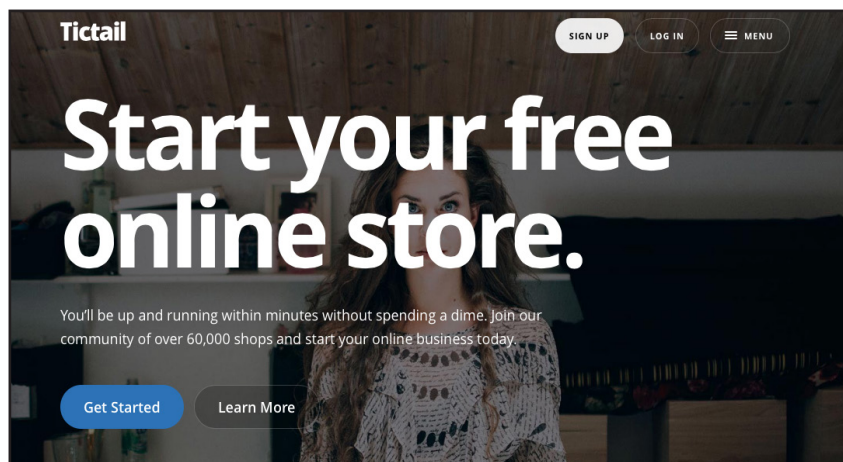
Logo\_03

Queer

# DER ONLINESHOP

Nach intensiver Recherche habe ich mich für einen Onlineshop von [www.tictail.com](http://www.tictail.com) entschieden. Verglichen mit diversen anderen Anbietern war Tictail in der Preis-Leistung mit Abstand am besten (gratis, bis auf einige Features welche dazu gekauft werden können/müssen) Mit den nötigen Grundkenntnissen in HTML und CSS lässt sich der Shop mit etwas Zeitaufwand auch in vielerlei Hinsicht auf die persönlichen Wünsche und Bedürfnisse anpassen ohne dafür bezahlen zu müssen. Alle Grundsteine (Paysystem, Warenkorb, Bestelleingang und Shoptemplates) werden von Tictail zur Verfügung gestellt.

Den Server und die Domain habe ich bei [www.cyon.ch](http://www.cyon.ch) registriert.



# FOTOS / SHOOTING

Die Fotos wurden Zuhause in einem rudimantär eingerichteten Studio durchgeführt. Je nach Tageszeit und Wetter musste das Licht und die Kameraeinstellungen angepasst werden. Leider ist es nicht möglich immer einen schönen weissen Hintergrund zu erhalten - in diesem Fall ist es wichtiger, dass die Farben des Produktes authentisch sind.

Wichtig:

- Die Fotos müssen einen einheitlichen Look & Feel haben damit der Onlineshop nicht unruhig daher kommt.
- Zudem müssen die Fotos am Computer geproofed werden, damit die Farben dem Kleidungsstück entsprechen und der Kunde schlussendlich auch die Farbe bekommt, welche er online gesehen hat.
- Es muss genügend Zeit für die die Fotoproduktion eingeplant werden. Im Schnitt nehmen die Fotos eines einzigen Produktes ca. eine Stunde in Anspruch. Von dem Styling des Produktes bis zur Aufberetiung für das Web.



# DAS PRODUKT IM SHOP

Jedes Produkt wird fein sauberlich in die Produktdatenbank eingegeben.

- Titel (Auch für Googelsuche wichtig, da es später die URL für den Direktlink wird)
- Preis (inkl. MwSt)
- Bilder (Hauptbild definieren)
- Produktebeschreibung
- Anzahl (Verfügbarkeit: 0 oder 1)
- Kategorie / Sub-Kategorie

Achtung: Der Produktebeschreibung ist sehr wichtig und kann die Attraktivität eines Produktes enorm steigern. Je genauer und detaillierter dieser Verfasst wird, desto besser weiss der Kunde über das Produkt, welches er ggf. erwerben möchte, bescheid. KUN AMO arbeitet zusätzlich mit Styling-tips und persönlichen Meinungen vom Vorbesitzer.

## SOREL Winterboots

SCHO WÄG!

- || Wie neu
- || Grösse 38

Kuschelig warme Füsse für den kalten Winter! Der JOAN OF ARCTIC Stiefel von Sorel verbindet Mode mit höchster Funktionalität. Die Kunststoffsohle und die regenabweisende Kappe sorgt auch bei Pflotsch und Schnee für trockene und warme Füsse. Der Schaft ist mit Kunstfell verziert und bringt zusätzliche Wärme. Ich liebe Sie! :)

- griffige Sohle
- Schaft aus Rauleder
- Decksohle: Textil
- Innenmaterial: Textil
- Schafthöhe: 28 cm
- Detail: Bergsteigerösen
- Verschluss: Schnürung
- Schuhspitze: Rund
- Passform: Fällt grösser aus
- Sohle: Kunststoff

Neupreis: CHF 260.- / ca. 1 Jahr alt und selten gebraucht

## Arma Lederjacke

179 CHF

- || Grösse 38 (eng geschnitten)
- || zwei Mal getragen
- || Echtleder

Roter Lippenstift, luftiges Top und enge Jeans - dein Auftritt ist garantiert! Die Lederjacke von ARMA zeigt sich mit wunderschön tailliertem Schnitt. Das weiche Leder macht die Jacke so bequem, dass man sie nicht mehr ausziehen will! Weitere Infos zu der Marke findet ihr unter:  
<http://www.armaleder.com>

## Zara Biker-Lederjacke

169 CHF

- || Grösse M
- || Neu
- || Schafsleder
- || Asymmetrisch versetzter Verschluss
- || Stylistische Zierschnallen
- || Usedlook
- || Ellbogen Rippung
- || Tailliert
- || Mit Reissverschluss verschliessbare Taschen

Wow! Diese tolle Lederjacke von Zara wurde leider noch nie getragen und wartet längst auf ihren grossen Auftritt - und das tollste: Sie kann schon bald dir gehören. Sie passt zu jedem Anlass und kann zu Jeans, Leggings oder einem Kleid kombiniert werden. Mit einem schönen Kaschmir-Pulli bist du auch in der kälteren Jahreszeit warm und stylish angezogen und machst beim Clubben oder am Morgen danach beim Bruch in der Stadt eine gute Figur!

# MARKETING

Dank Social Media konnte Werbung gemacht werden, ohne dass Geld dafür in die Hand genommen werden musste. Alles was man dazu braucht ist regelmässiger und ansprechender Content.

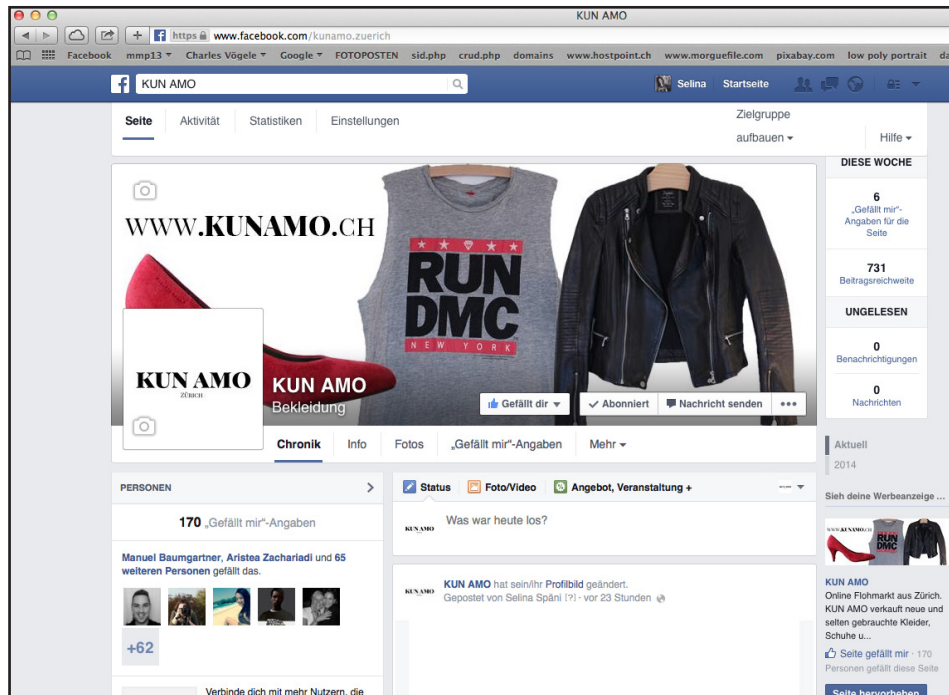
Unter anderen haben sich folgende Tools und Medien anerboten:

- Facebook (Flyer, Bilder, Aktionen, Trends, Wettbewerbe, etc.)
- Instagram (Bilder, Sprüche, etc.)
- Ronorp's (Onlineinserate)
- Youtube (Videocontent)
- CRM - Mailchimp Emailmarketing (Newsletteraussand und Kundendatenbank)
- Kudobuzz Testimonialtool (Für Rezensionen auf Onlineshop)
- Schweizer Bloggerinnen Presseaussand (Coming soon)



# KUN AMO FACEBOOK PAGE

[www.facebook.com/kunamo.zuerich](http://www.facebook.com/kunamo.zuerich)



Video: <https://www.facebook.com/video.php?v=1579494662286466&set=vb.1578521422383790&type=2&theater>

Mit Ton und in HD anschauen.

Facebook ist eine gigantische Plattform, welche es ermöglicht, ohne Geld an viele Leute heran zu treten. Das ganze ist jedoch sehr Zeitintensiv und darf nicht unterschätzt werden. Die Erstellung von Content und der Unterhalt einer solchen Page ist wahnsinnig Zeitintensiv, bietet jedoch im Gegenzug unzählige Möglichkeiten und Chancen.

Fans:

Nutzer erreichen und als Fans zu halten ist nicht leicht. Ich habe hauptsächlich via andere Gruppen auf meine Fansseite aufmerksam gemacht und überall nicht nur für kunamo.ch geworben sondern auch direkt für die Facebookpage - denn dort erreiche ich die Leute einfacher und leite sie weiter auf meinen Online-shop.

Apps:

Das integrieren von Apps ist ebenfalls eine gute Möglichkeit um die verschiedenen Medien zu verküpfen. Beispielsweise habe ich auf der KUN AMO Facebookpage, eine Landingpage eingebaut wo man sich für den Newsletter (via Mailchimp) registrieren kann. ([Link](#) zur FB Landingpage) Zudem ist ein Instagram Feed verlinkt, welcher alle #kunamo Hashtags sowie kunamo.ch Beiträge direkt auch auf Facebook veröffentlicht.

Statistik:

Die Statistiken, welche Facebook zur Verfügung stellt, sind sehr hilfreich und zeigen auch schon bei kleiner Nutzung eindeutige Indizien. In meinem Fall wurde klar, das Videos eine 5-Fach höhere Reichweite aufweisen als Bildposts. Zudem zeigte sich, dass Sprüche in tollem Design eher geteilt und geliked werden als Produkteflyer.



# KUNAMO FACEBOOK PAGE & INSTAGRAM.CONTENT BEISPIELE



# KUN AMO FACEBOOK PAGE.BEISPIELBEITRÄGE

**KUN AMO**  
Gepostet von Selina Späni [?] · 26. Dezember 2014

An den Festtagen darf es ruhig mal etwas mehr von allem sein - besonders zu Silvester! Ein tolles Glitzertop oder ein schönes Spitzenkleid. Was jedenfalls nicht fehlen darf sind die passenden Pumps dazu.

Unter [www.kunamo.ch](http://www.kunamo.ch) gibt es tolle Festtagsmode zu Flohmipreisen. Schaut doch mal vorbei!




**KUN AMO**  
Gepostet von Selina Späni [?] · 28. November 2014

Hallo Flohmi-Fans!

Hüt isch Black-Friday und drum verchaufted mir hüt alli Sache portofrei! 😊  
Wer also hüt no bstellt bechunnt alles gratis zuegschickt! Eifach bi de Bstellig "Black-Friday" ide Bemerkig iigäh! Vil spass bim stöbere!

[www.kunamo.ch](http://www.kunamo.ch)



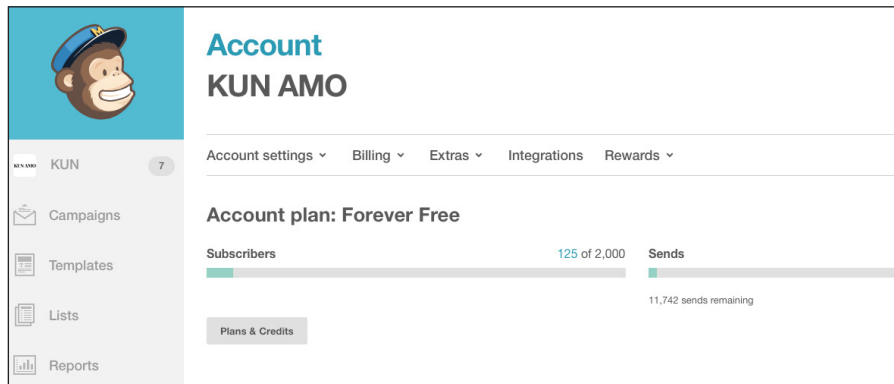
426 erreichte Personen [Beitrag bewerten](#)

**KUN AMO**  
Gepostet von Selina Späni [?] · 1. Dezember 2014

...und ab uf d'Post! [www.kunamo.ch](http://www.kunamo.ch)



## MAILCHIMP - CRM & NEWSLETTERSYSTEM



Beispiel Newsletter:

[http://us9.campaign-archive1.com/?u=9387332fe9326e7445b42bcd-b&id=e025bc2fdc&e=\[UNIQID\]](http://us9.campaign-archive1.com/?u=9387332fe9326e7445b42bcd-b&id=e025bc2fdc&e=[UNIQID])

Nachdem ich einige CRM und Emailmarketingtools getestet hatte, kamen für KUN AMO noch zwei Anbieter in die engere Wahl. Darunter Mailchimp.com und Soundest.com. Während Soundest etwas simpler und zeitsparender aufgebaut ist, bietet Mailchimp mehr Möglichkeiten, braucht aber auch mehr Erfahrung und Einarbeitung. Mit Blick in die Zukunft habe ich mich für die zeitintensivere Variante Mailchimp.com entschieden.

Das Erstellen eines Newsletter ist mit etwas Übung und Zeit für Multimediaaffine keine Hexerei. Auch die Erstellung und das Tracking einer Kundendatenbank sowie das anschließende Reporting einer ausgesendeten Mailkampagne wird durch Mailchimp zum Kinderspiel. Ich empfehle Mailchimp jedem, der regelmässig Mails mit Bildern und Links an eine grössere Gruppe von Personen schickt.

Je mehr Zeit man für dieses Thema investiert desto mehr Türen stehen einem offen. Mailchimp bietet bereits dem „Forever Free Nutzer“ so einiges an.

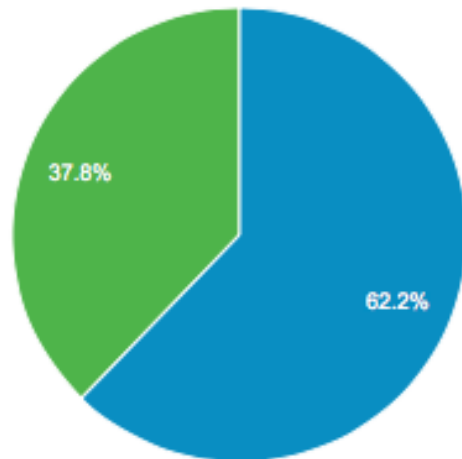


Daumen hoch für Mailchimp.

---

## GOOGLE ANALYTICS

■ New Visitor ■ Returning Visitor



Google Analytics ist ebenfalls ein unabdingbares tool für alle Websitebetreiber. Ohne zusätzliche Kosten erhält man Informationen über seine User welche bis hin zur Device-Bildschirmauflösung alles beinhalten.

Diese Information war in meinem Fall zu Beginn sogar essentiell, da ich es nicht geschafft habe die Landingpage so umzuprogrammieren, dass alles richtig dargestellt wurde. So habe ich mich auf die Devices, welche zu diesem Zeitpunkt genutzt wurden, konzentriert. Inzwischen ist das Problem jedoch behoben.

Nutzertracking:

Google Analytics ermöglicht es mir im Detail die Websitebenutzer zu tracken. Ich sehe woher sie kommen, was ihr Nutzerverhalten ist, wie lange sie auf welcher meiner Seiten verweilen und wann sie wieder abspringen.

In meinem Fall war auffällig, dass die Nutzer immer zuerst auf die Schuhe geklickt hatten. So habe ich zum Beispiel den Aufbau des Onlineshops nochmals angepasst und die Veränderungen im Nutzerverhalten mit Google Analytics getrackt.

Erfolgsmessung.

Das effizienteste an Google Analytics in meinem Fall, war die Erfolgsmessung meiner Online-Marketingaktivitäten (hauptsächlich FB)

- Welche Maßnahmen hatten einen Impact?
- Waren dies nur Zugriffe oder qualitative Zugriffe?
- Was hatten diese Nutzer für Interessen? (Anpassung der Inhalts-Hierarchie)

# KUN AMO COLLECTION

Der erste Schritt ist der Flohmarkt. Das verkaufen von gebrauchten Kleidern in einem Onlineshop. Das Konzept ist einfach vermarktbar und hebt sich von anderen privaten Onlineshops ab. Ein nächster Schritt wird die KUN AMO Collection sein. Hier werden eigene Kleidungsstücke designt und entworfen (hauptsächlich mit Hilfe von CS Photoshop).

Nicht zu unterschätzen sind die Produktionskosten. Es muss vorsichtig selektioniert werden wo die kleine Auflage zu anständigen Preisen gedruckt und wo gute, qualitative und nach meinen Vorstellungen geschnittene Kleidungsstücke bezogen werden können.



---

KUN AMO COLLECTION



Sweater\_v1  
Links/Rechts Ausrichtung

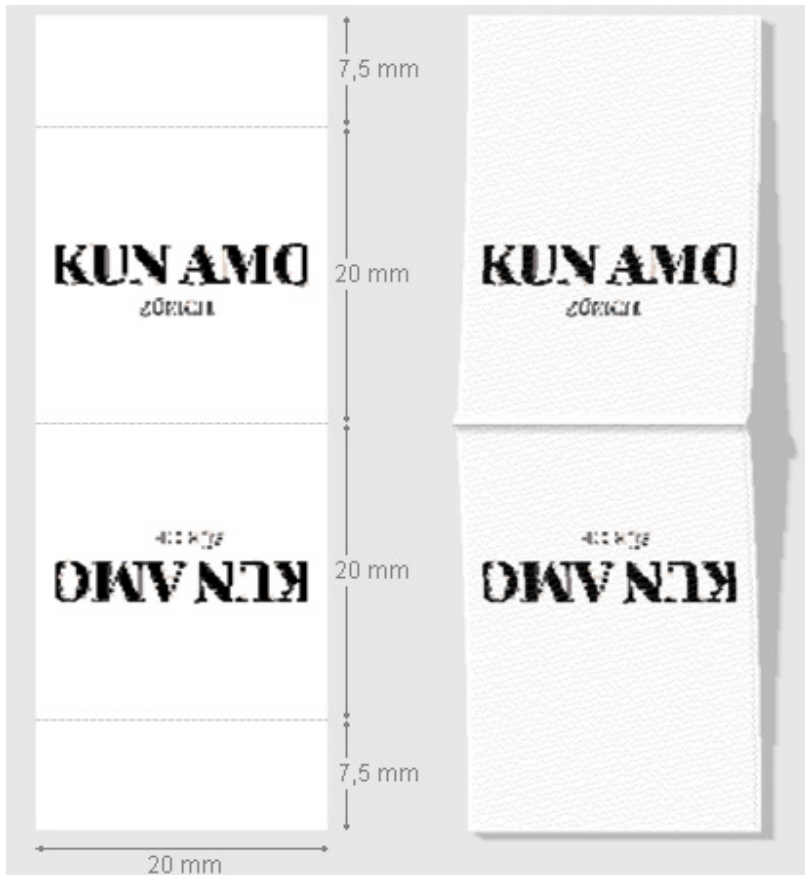


Sweater\_v2  
Rechts Ausrichtung



## KUN AMO COLLECTION.LABEL

Ein Label kann nur in grosser Auflage produziert werden. Aus diesem Grund ist die Erstellung von unzähligen Entwürfen und Abklärungen unumgänglich.



Labelentwurf\_01



Labelentwurf\_02 & \_03



# DIE MMP-KONVERGENZ

Ein Multimedia Engineer eignet sich im Laufe seines Studiums drei zentrale Kompetenzen an: zum einen die Fähigkeit, im Worldwideweb und mit modernen Medien zu arbeiten. Zudem lernt er oder sie, kompetent zu schreiben, zu sprechen, zu filmen und zu gestalten. Und als dritter Punkt, Content medienspezifisch zu produzieren. Diese Web-, Narrations- und Produktionskompetenz bilden den Kern des Studiums.

Genau diese Kompetenzen wurden in diesem Semester-Praxisprojekt für digezz.ch vereinigt und umgesetzt. Die nachfolgende Reflexion zeigt auf, in welchen Modulen, welche Kompetenzen erlernt wurden. Selbstverständlich ist dies nur eine Grobübersicht und beinhaltet je nach Arbeitsschritt noch Kompetenzen aus verwandten Modulen. So spielt zum Beispiel bei bei vielen Arbeitsschritten das Medienrecht (Was darf ich und was darf ich nicht?) eine relevante Rolle, wird jedoch nicht überall erwähnt.

Konzept erstellen	→	CC
Corporate Desing entwerfen und designen	→	CC / Konvergent Arbeiten / Visualisieren
Domain registieren und Website erstellen	→	IM
Onlineshop anpassen	→	IM
Onlineshop Datenbank	→	IM
Photoshooting	→	Foto Film / Audio und Video-technik / Visualisieren
Fotobearbeitung und Bereitstellung für Web	→	Foto Film / IM
Produktetexte verfassen	→	Schreiben und Sprechen / CC
Werbeflyer gesatlten	→	Konvergent Arbeiten / Kovergent Produzieren
Online Kampagnen erstellen	→	CC / Konvergent Produzieren

Produktevideos erstellen	→	CC / Konvergent -Arbeiten / Foto Film
Presseaussand an Blogger	→	CC / Schreiben und Sprechen
Kundenkommunikation	→	CC / Schreiben und Sprechen
Businessplan / Erfolgsrechnung	→	Medien BWL
Marke schützen	→	Medienrecht
Web Statistiken analysieren und weiterverwenden	→	Marktforschung / Medien BWL
HTML Newsletter gestalten und versenden	→	Visualisieren / IM
CRM Datenbank	→	IM
Werbetexte	→	Schreiben und Sprechen / CC
Unterhalt der Social Media Plattformen	→	CC

KUN AMO erfreut sich nach dem ersten halben Jahr bereits über einen unerwarteten Erfolg. Mit dieser Dokumentation möchte ich andere MMP Studenten ermutigen ihre erlernten Skills in die Praxis umzusetzen. Es muss auch nicht immer alles von Anfang an klappen oder perfekt sein - auch KUN AMO hat einiges an Nerven, Energie, Kreativität, Disziplin und Zeit gekostet - am Schluss ist es jedoch ein tolles Gefühl etwas Grosses auf die Beine gestellt zu haben. Go for Gold MMPler!

---

**WWW.KUNAMO.CH**

---

KUNAMO | Selina Spaeni | Europaallee 45 | 8004 Zürich