

SUCCESS-STORY

HORROR VACUI – A SHOPIFY PROJECT

LIVEGANG IN 3 MONATEN!
WIE IST DAS MÖGLICH?

FIRST THINGS FIRST:

- Was waren die Anforderungen?
- Welche Tools haben wir genutzt?
- Wie performed der Shop heute?



DIE BRAND: HORROR VACUI

Horror Vacui, ein lateinischer Ausdruck, bezeichnet die „Angst vor der Leere“, aufgrund derer wir Menschen gerne unsere Umgebung dekorieren. Passenderweise dreht sich bei der Marke alles um „Persönlichkeit und Individualität“. Designerin Anna Heinrichs lässt sich beim Entwerfen von Vintage-Nachtwäsche inspirieren und setzt neben romantischen Blumenprints auch auf ansprechende Details. Das sollte auch der neue Onlineauftritt widerspiegeln.

- 🔴 Challenge accepted: von 0 auf online in nur 3 Monaten
- 🔴 Emotionales Design: leicht und melancholisch
- 🔴 Umsetzung mit Fokus auf Zeitmanagement und Shopführung
- 🔴 Challenge accomplished: in 3 Monaten online mit sofort messbarem Erfolg

WIR MÜSSEN IN 3 MONATEN LIVE GEHEN

Horror Vacui kontaktierte uns mit einer besonderen Herausforderung: die Erstellung einer einzigartigen digitalen Markenpräsenz in nur 3 Monaten. Dies sollte aber nicht nur das Design, sondern auch den technischen Umzug von der alten E-Commerce-Plattform auf die neue beinhalten. Hieß für uns: Ärmel hoch, Sportschuhe an und mit voller Teamstärke ans Werk. Zu Beginn des Projekts führten wir eine gründliche Bedarfsanalyse durch, um die Ziele von Horror Vacui besser zu verstehen. Welche Details sollen herausgestellt werden und wen wollen wir erreichen?

Bei Horror Vacui dreht sich alles um die Ursprünglichkeit der Produkte. Unsere Kleidungsstücke werden alle von Hand genäht und enthalten auffällige Details. Darauf wollten wir auch bei unserem Onlineauftritt nicht verzichten müssen – auch nicht aufgrund des Zeitdrucks.

- Anna Heinrichs
Designerin und CEO Horror Vacui

DESIGN? JEIN.

Auf Grundlage der Zielgruppen- und Markenanalyse sowie gemeinsamen Gesprächen mit der Designerin entschieden wir uns für ein Shopify-Premium-Theme. Vorteil: Dieser Ansatz sparte Zeit und sorgte auch für eine einheitliche Onlinepräsenz der Marke. Außerdem konzentrierten wir uns darauf, das gewählte Theme mit kleinen Designanpassungen zu versehen, um die visuelle Identität der Marke zu vermitteln.

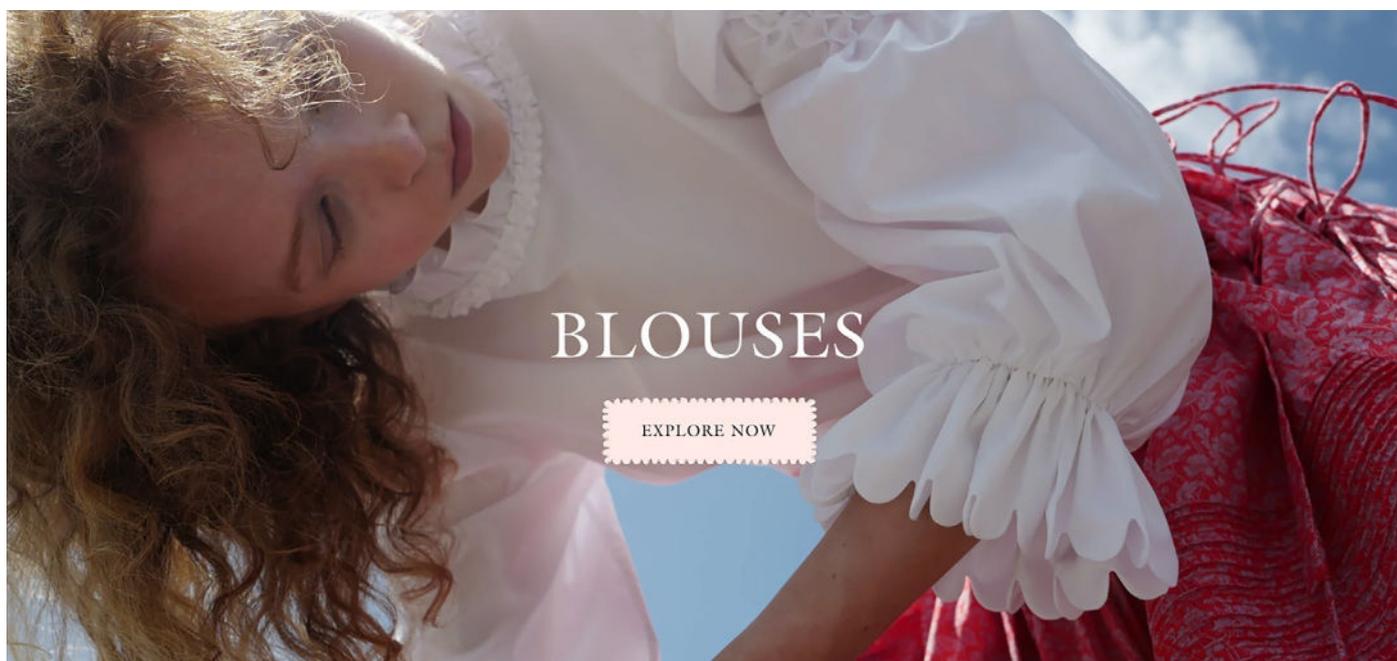
Die Kundin soll digital wie analog den träumerischen Charakter unserer Produkte spüren. Die Leichtigkeit und Romantik müssen auch durch den Shop verkörpert werden.

- Anna Heinrichs

Designerin und CEO Horror Vacui

Mit individuellen Buttons, Schriften und Farbwelten spiegelten wir die Werte und Ästhetik der Marke wider. Auf diese Weise konnten wir eine visuell ansprechende Website erstellen, die gleichzeitig funktional ist. Besonders herausstellen wollten wir das Merkmal "Handarbeit". Denn alle Produkte, welche bei Horror Vacui über den (digitalen) Tresen verkauft werden, werden in aufwändiger Handarbeit genäht.

Der Mix aus großflächigen Bildwelten, gezeichneten Gifs, Videoelementen und Collagen lässt den Shop leicht und dennoch emotional wirken. Die digitalen Produktbilder wechseln via Mouseover-Effekt zu stilvollen, warmen Modelbildern. Die Shopführung gelingt nahezu tänzerisch. Florale Elemente verkörpern das verspielte und traditionelle Design der Kleider.



DIE TECHNISCHE UMSETZUNG

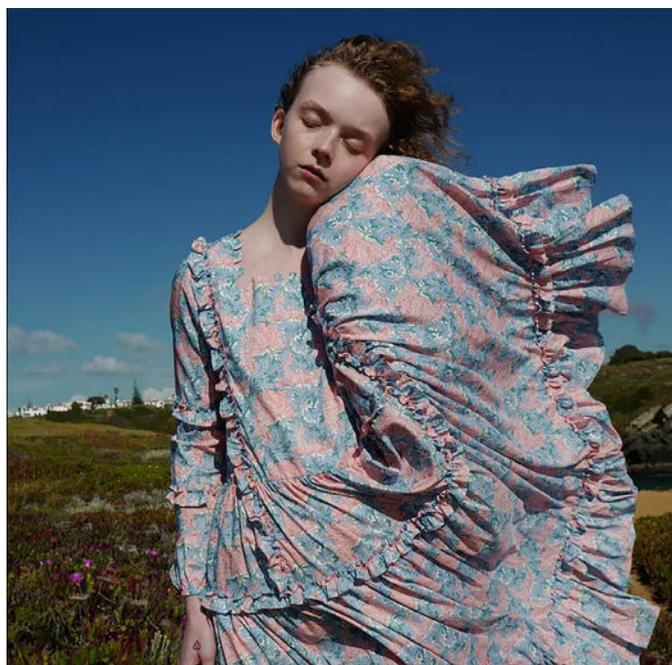
Um die Dinge einfach und schlank zu halten, wählten wir einen "Best-of-Breed"-Ansatz. Das bedeutete die Einbindung von Shopify Payments als primärem Zahlungsgateway. Diese Entscheidung machte die Integration zusätzlicher Tools oder Dienste überflüssig. Das schaffte erneut Zeit und reduzierte die Gesamtkomplexität des Systems – zu Gunsten einer nahtlosen Benutzererfahrung auf Kundenseite.



Die Herausforderung, in drei Monaten live zu gehen und dabei alle wichtigen Projektaspekte zu berücksichtigen, erforderte eine genaue Kommunikation. Menschlich hat es gleich sehr gut gepasst. Gemeinsam und immer auf Augenhöhe haben wir in einem teamübergreifenden Kraftakt Großartiges geleistet.

- Jan Schmidt

Head of E-Commerce Horror Vacui



DAS ERGEBNIS

Auf den Erfolg des Projekts mussten wir nicht lange warten:

- Nach 3 Monaten ging der Onlineshop planmäßig live.
- Die neue E-Commerce-Lösung hat es Horror Vacui ermöglicht, seinen Kundenstamm zu erweitern.
- Die Transaktionen stiegen um **2800 %** an.
- Die Markenidentität verbesserte sich durch den dargestellten Mix aus Produkt- und Hintergrundinformationen.

Mit dem neuen Onlineshop kann Horror Vacui jetzt direkt mit der Kundschaft in Kontakt treten. Designs, die vorher überwiegend über Plattformen wie NET-A-PORTER oder Unger Fashion gekauft wurden, laufen nun zusätzlich spielend leicht im eigenen Store.

FRAGEN?
DANN
FRAGEN!



PATRICK SCHERR

patrick.scherr@y1.de
[+49 \(0\)721 461 393 - 11](tel:+490721461393)