

# PKZ WOMEN

LOCATION BASEL, SWITZERLAND CLIENT PKZ BURGER-KEHL, URDORF  
 CONCEPT / DESIGN INTERSTORE AG, ZÜRICH LIGHTING OKTALITE LICHTTECHNIK, COLOGNE  
 PHOTOGRAPHS DANIEL HORN, BERLIN



Den Grundstein des Schweizer Textilhandelsunternehmens PKZ legte Paul Kehl, als er 1881 die erste Herrenmodekollektion lancierte und ein eigenes Filialnetz aufbaute, um diese selber zu vermarkten. Die Abkürzung steht bis heute für „Paul Kehl Zürich“ und inzwischen auch für Damenmode mit einer femininen Note. Sowohl die Damen- als auch die Herrenkollektion, werden in der Schweiz entworfen und sind geprägt von einer urbanen, eigenständigen Swissness.

The foundation stone of the Swiss textile trading company PKZ was laid by Paul Kehl when he launched the first menswear collection in 1881 and subsequently built up a chain of stores to sell the collection. To this day, the abbreviation stands for “Paul Kehl Zurich” and meanwhile also for ladies’ fashion with a feminine touch. Both the ladies’ and men’s collections are designed in Switzerland and their hallmark is an urban, unique Swissness.



Aufbauend auf dem Konzept des Züricher Flagship-Stores, der bereits 2014 gemeinsam mit der Interstore AG entstand, sollte für die Filiale in Basel ein neues Layout erarbeitet werden. Auf vier Stockwerken und mehr als 1.500 Quadratmetern Verkaufsfläche wurde mit der PKZ-Women-Erlebniswelt eine Bühne für den Auftritt der hochwertigen Marken geschaffen. Ein Mix aus klassischen Formen und Elementen wurde mit neuen Materialien und Farben kombiniert. Den Kundinnen wird eine Geschichte erzählt, die zum Ausprobieren und Entdecken anregt.

Based on the concept of the flagship store in Zurich, that was developed together with Interstore AG back in 2014, the Basle branch was to be given a new layout. On four floors and more than 1,500 square metres of retail space, the PKZ women’s world creates a stage for the appearance of the high-quality brands. A mixture of classic shapes and elements was combined with new materials and colours. The customers are told a story which encourages them to discover and try things on.







Der gewünschte feminine Touch wurde vom Ladenbauexperten Schweitzer Project durch eine entsprechende Material- und Farbwahl umgesetzt: Großflächige weiche Teppiche und leichte Vorhänge bilden einen zurückhaltenden Hintergrund für die verschiedenen Kollektionen. In jede Etage wurde eine abgerundete Highlight-Nische mit einer weißen Kassettenwand integriert. Dort präsentieren sich auf Shop-in-Shop-Flächen, einzelne Produktgruppen und Marken, wie beispielsweise die Eigenmarke Paul Kehl.

Neu ist auch die VIP-Kabine, welche das Motto „Der Kunde ist König“ auf ein völlig neues Level hebt. Hier können Kundinnen ungestört die neueste Mode anprobieren und den Luxus eines persönlichen Service genießen. Ganz im Sinne der PKZ-Chefin Manuela Beer, die das Familienunternehmen emotionaler, modischer und vernetzter machen will.



The desired feminine touch was realised by the shop fitting experts Schweitzer Project through the choice of materials and colours. Large, soft rugs and light curtains form a restrained backdrop for the various collections. A rounded highlight niche with a white panelled wall was integrated on each floor. In shop-in-shop spaces, individual product groups and brands are presented here, like the proprietary brand Paul Kehl.

Another new element is the VIP cabin which takes the "customer first" idea to a completely new level. Here customers can try on the latest fashion in peace and quiet and enjoy the luxury of personal service. Very much in the spirit of PKZ boss Manuela Beer, who wants to make the family business more emotional, more fashionable and more connected.



## ZURHEIDE FEINE KOST

LOCATION DUSSELDORF, GERMANY CLIENT EDEKA, MOERS  
 CONCEPT / DESIGN INTERSTORE AG, ZÜRICH LIGHTING ANSORG, MÜLHEIM AN DER RUHR  
 PHOTOGRAPHS BORIS GOLZ FOTOGRAFIE, ARNSBERG

Das neueste Flaggschiff der Zurheide-Supermärkte, „Zurheide Feine Kost im Crown“, verfügt über ca. 12.000 Quadratmeter Gesamtfläche und öffnete im März 2018 an der Berliner Allee im Zentrum der Rheinmetropole seine Pforten. Vor mehr als 40 Jahren startete Heinz Zurheide mit einem kleinen Lebensmittelladen am Fuhlenbrocker Markt in Bottrop. Schon damals wollte er seinen Kunden nicht nur einen klassischen Nahversorgungsmarkt bieten, sondern ein kulinarisches Einkaufserlebnis, das keine Wünsche offen lässt.

The newest flagship of the Zurheide supermarkets, "Zurheide Feine Kost im Crown", has a total floor space of around 12,000 square metres and opened its doors to the public on Berliner Allee in Düsseldorf in March 2018. More than 40 years ago, Heinz Zurheide started business with a small grocery store on Fuhlenbrocker Markt in Bottrop. Even back then, he did not want to just offer his customers the typical local store but a culinary shopping experience that fulfilled all their wishes.

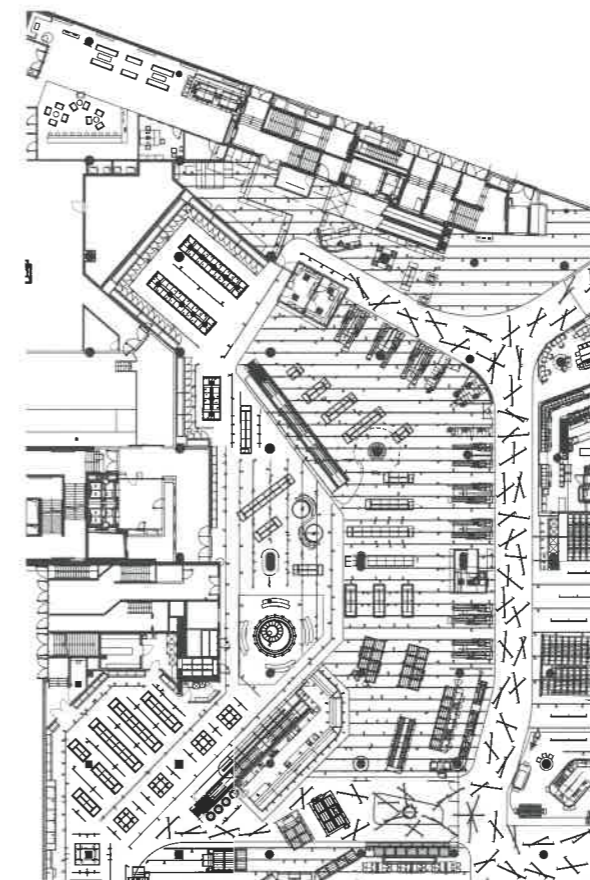


Dass er mit diesem Konzept richtig gelegen hat, beweisen mittlerweile acht Standorte im gesamten Ruhrgebiet sowie das jüngste Projekt im ehemaligen Kaufhof in der Nähe der mondänen Königsallee. Ursprünglich in den 1950er Jahren, unter Mitwirkung des RKW-Gründers Helmut Rhode für den Horten-Konzern errichtet, wurde von RKW Architektur + nun ein zukunftstaugliches Mischkonzept entwickelt. So befinden sich nach dem Komplettumbau im Crown-Komplex neben dem Zurheide-Supermarkt noch ein gehobenes Hotel und ein Parkhaus. Besonderen Wert legt die Familie Zurheide auf eine Auswahl von qualitativ-hochwertigen, regionalen und ausgewählten Feinkostprodukten. Vor allem die Symbiose von Erlebniseinkauf und integrierter Gastronomie bildet das Alleinstellungsmerkmal, das die Kunden zum Einkaufen und Verweilen einlädt.



The eight stores spread across the Ruhr area and the most recent project in the former Kaufhof department store near the noble Königsallee are clear proof that his concept was spot on. Originally built in the 1950s, with the involvement of RKW founder Helmut Rhode for the Horten group, RKW Architektur + now developed a future-proof mixed usage concept. Following the complete renovation, the Crown complex now houses a premium hotel and a parking garage in addition to the Zurheide supermarket. The Zurheide family sets great store by the choice of high quality, regional and selected delicatessen products. The symbiosis of shopping experience and integrated catering forms the unique selling proposition which encourages customers to shop and stay a while.





Der Lichtspezialist Ansorg setzte das kulinarische Angebot mit mehr als 2.100 Leuchten in Szene. Das Lichtkonzept dient als Lotse und Lenker und führt die Besucherströme von den drei Eingangsbereichen entlang der Mall in die verschiedenen Geschmackswelten. Wie in einem Sog geleiten die freischwebenden und in Form eines Wasserwirbels angebrachten LED-Linien die Gäste vom Erd- ins Untergeschoss. Dort erwartet die Kunden eine Auswahl an frischen Backwaren und vielen anderen Genüssen, mit denen die Anziehungskraft des neuen Zurheide-Flaggschiffs verstärkt wird.

Lighting specialist Ansorg staged the culinary offering with more than 2,100 lights. The lighting concept serves as navigator and guide and leads the crowds of visitors from the three entrance areas along the mall to the various worlds of taste. Like in a maelstrom, the LED lines suspended in mid air in the form of a water vortex accompany the guests from the ground floor to the basement where a selection of fresh bakery products and many other treats await them, serving to further strengthen the pull of the new Zurheide flagship.