



Das Traditionshaus Dallmayr in München präsentiert am Marienplatz Feinkost-Ware. Dafür übernahm Interstore die Konzeption und Umsetzung einer neuen Shop-Gestaltung.

Bild: Interstore|Schweitzer

Delikatessenhaus Dallmayr/Interstore Neuer Look

Letzten Dezember sind die Umbauten im Erdgeschoss des Traditionshauses Dallmayr in München fertiggestellt worden. Die Herausforderung bestand darin, jahrhundertalte Tradition zu bewahren und gleichzeitig die Markthalle samt Gastronomie zu modernisieren. Dieser Aufgabe nahm sich die Retail Agentur Interstore gemeinsam mit Lumisol und Schweitzer als Generalunternehmer an. Alloys Dallmayr zählt zu den größten und traditionsreichsten Delikatessenhäusern Europas. Bereits seit 300 Jahren werden am Marienplatz in München Feinkost-Produkte präsentiert und verkauft. Der Shop lockt jährlich etwa 2,8 Millionen Besucher an. Interstore|Schweitzer kreierte zusammen mit Lumisol die Markthalle und den Barbereich neu. Auf 500 Quadratmetern laden ganztägige Gastronomie, 68 Sitzplätze, frisches Seafood vom exklusiven RobataGrill die Gäste zum Verweilen ein. Elemente aus den 1910er-Jahren und moderne Materialien bringen den Charakter der Marke zum Ausdruck.

Hugendubel/Schwitzke Store-Konzept für die Zukunft

Im November eröffnete Hugendubel am Münchner Stachus seinen „Buchladen der Zukunft“. Die Düsseldorfer Schwitzke Gruppe setzte für den Traditionsbuchhändler ein zukunftsfähiges Store-Konzept mit emotionalem Visual Merchandising um und startete dazu den Umbau der rund 2.000 Quadratmeter großen Filiale. Dafür beschreitet das Buchhandelsunternehmen neue Wege und verzichtet darauf, das Sortiment nach Genres zu sortieren. Stattdessen setzen Themenwelten die Bücher in Szene und laden zum Stöbern ein. „Der Store soll zur Inspirationsquelle werden. Zum Lieblingssort, an dem jeder willkommen ist, und der immer wieder neue Eindrücke bietet“, sagt Tina Jokisch, Geschäftsführerin bei Schwitzke & Partner und verantwortlich für das Store Design. „Daher sollte der Raum sowohl die Möglichkeit für phantasievolle Produktinszenierungen als auch wechselnde Angebote und Veranstaltungen bieten.“ Diese Wandelbarkeit spiegelt sich in der reduzierten und monochromen Raumhülle wieder, die immer wieder neu bespielt werden kann. Zu den Besonderheiten zählen die rund 6.000 Kisten im neutralen Lichtgrau, die als Produkt- und Sitzmöbel oder Raumteiler dienen.



Ein neues Store-Konzept setzte die Schwitzke Gruppe für Hugendubel um. Mit dem neuen Look verbindet der Traditionsbuchhändler Bücher mit Emotion und Erlebnis.



Das Architektur- und Designbüro blocher partners entwickelten für das Traditionshaus Schuster in München ein neues Shop-Konzept, das die Warenpräsentation in Szene setzt.

Traditionshaus Schuster/blocher partners Sportartikel neu inszeniert

Das Münchner Traditionshaus Schuster ist ein Spezialist für alpinen Bergsport. Im Zuge von Flächenerweiterung und Neubau am Münchner Rindermarkt erhielt auch der Innenraum einen neuen Look. Dafür beauftragte Schuster erneut das Architektur- und Designbüro blocher partners. Bei der Gestaltung setzten die Innenarchitekten auf eine Dachmarkenkommunikation über sämtliche Stockwerke hinweg: Geschliffener Betonestrich, offene Decken und Wände aus Sichtbeton und Gipsfaserplatten in Sichtbetonoptik erzeugen den urbanen Rahmen. Vom Untergeschoss bis ins fünfte Obergeschoss erstrecken sich verschiedene Themenwelten. Bei den Wandelementen kommen erneut die 2006 von blocher partners und Vitra entwickelte Schuster-Schienen zum Einsatz. Dadurch entsteht eine raue und reduzierte Anmutung. Damit rückt einerseits die Warenpräsentation in den Vordergrund und andererseits bleibt das Sporthaus bei Sortimentsanpassungen flexibel.