



Nüchternheit ist keinesfalls langweilig: Der Blick in die Produktion steht für Transparenz und Kompetenz (Globus in Chemnitz).

Dass es auch mal etwas verspielter sein darf, zeigt der Blick in den Carrefour im belgischen Mons.



Einladend transparent

Ob mit eher verspielter Dekoration oder nüchtern mit Holz und Stahl: Transparenz ist für Interstore Schweitzer der maßgebliche Trend.

>> **Transparenz** ist für Verena Zirwes, Senior Designerin bei Interstore Düsseldorf, der wesentliche ladenbauliche Trend für die Backwarenabteilung. Stilistisch gelte es, eine Balance zwischen Innovation und Herstellung sowie Authentizität zu schaffen – quasi die Geschichte rund um Frische und Qualität der Brot- und Backwaren zu erzählen.

Holz bleibt für Zirwes weiterhin das bevorzugte Material: „Es versprüht Wärme, unterstreicht Fachkompetenz und schafft Verbindung zum Handwerk.“ Allerdings werde es ergänzt durch Materialien wie Stahl und Glas, die effektvolle Akzente setzten. Als gute Beispiele für unterschiedliche Ansätze in der Gestaltung der Abteilung, die beide funktionierten, verweist Zirwes auf den Globus

in Chemnitz und das E-Center Rostock. Im Globus spricht die gläserne Bäckerei mit dem freien Blick auf die Maschinen für die Kompetenz und inhaltliche Transparenz. Die Verkaufsmöbel mit viel Holz, die aber ihrerseits ebenfalls eher nüchtern sind, unterstreichen diesen Eindruck noch. Anders im E-Center in Rostock: Dort werde die Stimmung der Produktion mit mehr Emotionalität unterstützt, etwa mit den Visual-Merchandising-Elementen wie Mehlschaufeln, Backformen oder Nudelhölzern (siehe auch Marktrundgang LP 4/ 2019). Ein gutes Beispiel für die Emotionalisierung der Abteilung ist für sie auch der Carrefour im belgischen Mons, wo Weidenkörbe, die über der SB-Platzierung hängen, an die Körbe der Bäcker erinnern.