



Lifestyle für die Handwerkerzunft

Im neu eröffneten Flagshipstore des Marktführers für Arbeitskleidung und Arbeitssicherheit Engelbert Strauss in Biebergemünd kann man erleben, wie eine Branche völlig neu gedacht wird und sachliche Sortimente durch innovative Präsentations- und Einrichtungsideen emotionalisiert werden.

von Annette Gilles

Wer schon einmal auf der A66 von Frankfurt nach Fulda unterwegs war, hat den weißen Strauß gewiss bemerkt. Weithin sichtbar prangt der in Osthessen eher seltene Vogel auf einem riesigen roten Würfel. Er ist das Wahrzeichen der Engelbert Strauss GmbH & Co. KG, Marktführer im Bereich Arbeitskleidung und Arbeitssicherheit. Hier, gut 50 km von der Frankfurter Innenstadt entfernt, am ländlichen Rande des Spessart auf einem 50.000 qm großen Areal, befindet sich der

Stammsitz des Familienunternehmens mit Büros sowie Aus- und Weiterbildungszentrum. Hier wurde am 10. Oktober 2014 um Punkt 8 Uhr der neue Flagshipstore eröffnet, der – wie die Standorte Hockenheim und Bergkirchen bei München – unter dem rechtlich geschützten Titel „Workwearstore“ firmiert.

Gegründet 1948 als Handel für Besen und Bürsten, stehen heute Senior-Chef Norbert Strauss und seine Frau Gerlinde mit den Söh-



Deko-Podeste aus Europaletten, darauf immer wieder verschiedene Szenarien aus der Arbeitswelt. Der hochglänzende Boden besteht aus Estrich mit Epoxidharzbeschichtung

nen Henning und Steffen an der Spitze des Unternehmens, in dem rund 1.000 Mitarbeiter tätig sind, 55 davon im Store in Biebergemünd. Auch die weltweite Produktion wird von hier aus gesteuert, auch der Kundenservice hat seinen Sitz in der 8.000 Einwohner-Gemeinde sowie die Produktentwicklung und die Logistik.

Arbeitskleidung als Ereignis

40.000 Kleidungsstücke und Schuhe für Männer, Kinder und Frauen sind hier erhältlich, vorwiegend Arbeitskleidung der vertikalen Eigenmarke für den Handwerkerbedarf. Werkzeuge und Zubehör sowie Gastronomie- und Praxis-Bekleidung sind nur über den Onlineshop und den Katalog zu beziehen.

Wie wichtig das Omnichannel-Unternehmen neben dem virtuellen und dem klassischen Distanz-Vertrieb per Katalog seine stationäre Präsenz offenbar nimmt und welchen Stellenwert diese in der Unternehmensstrategie einnimmt, zeigt sich beim ersten Blick in den 3.000 qm großen Store in Biebergemünd. Schon die Idee, das vergleichsweise spröde Thema Arbeitskleidung als Lifestyle-Ereignis zu inszenieren

ist einzigartig, aber auch die entsprechende Übersetzung in das Store-design ist durchaus spektakulär. Zwar äußert sich das Unternehmen nicht dazu, wer für das Konzept verantwortlich ist, nach Recherchen von Stores + Shops dürfte jedoch das Berliner Architekturbüro Plajer und Franz der Urheber sein. Das Außergewöhnliche daran: Mit der größtmöglichen Konsequenz und Sorgfalt wird das Storedesign bis ins letzte Detail vom Gedanken an die verschiedenen Handwerkszünfte und ihre Attribute durchdrungen.

Das zeigt sich schon auf dem Parkplatz an den rotlackierten, zu Mülleimern umfunktionierten Ölfässern mit weißem Strauss-Logo oder der „e.s.-Bar“, die unter dem Titel „Kraftstoff großer Taten“ Wildkräutersalat, Burger mit Fleisch aus der Region und Süßkartoffel-Pommesfrites sowie handgefilterten Kaffee aus heimischer Röstmanufaktur im Angebot hat. Und es bestätigt sich mit jedem Schritt in dem rotverklünnerten Flachdach-Bau mit seiner 28 m langen, von sachlich-dekorativen Lamellen-Elementen aus Aluminium flankierten Fensterfront: Da werden Sicherheitsbrillen an Spitzhacken präsentiert, T-Shirts und Arbeitshandschuhe in Zinkschütten, Gürtel in Arbeitsspinden, Lkw-Reifen wurden zu

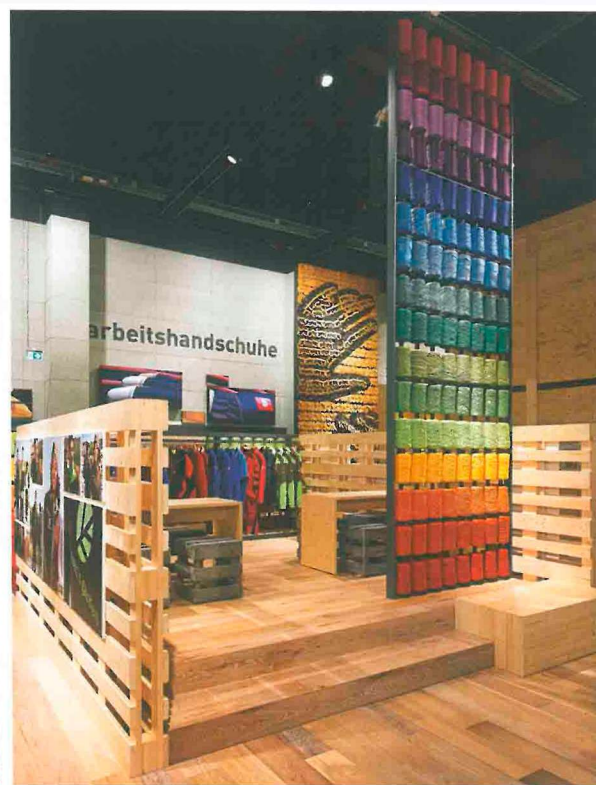
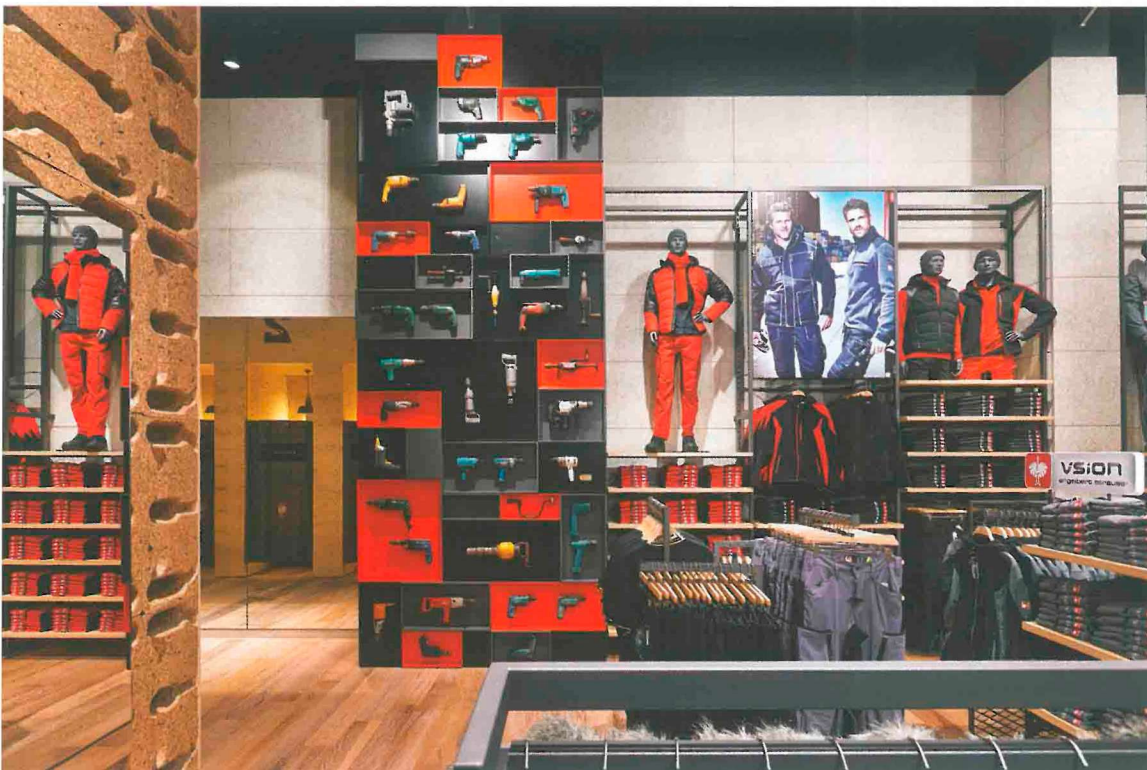


Bild oben: Die „Logo Lounge“ auf einem Podest aus Eiche geölt: Hinter dem Paravent aus farbigen Garnspulen kann man individuelle Textildrucke auswählen oder per Tablet im Onlineshop stöbern
Bild links: Eine Bohrerparade, dazu die passende Schutzbekleidung: Unterschiedliche Themenwände, passend gekleidete Figuren und entsprechende Displays machen auf den ersten Blick klar, um welche Berufsgruppen es geht

Sitzgelegenheiten umgewidmet, Handkarren zu Spiegeln. Die große Liebe zum Detail zeigt sich sogar auf den Toiletten, wo eine Lampe aus goldlackierten Schraubenschlüsseln Licht und ein altes Werkzeugschränken Handtücher spendet.

Bevor man den 4 m langen Schacht mit den Einkaufswagen und die auf einer alten Hobelbank oder riesigen Holzspulen ausgelegten Kataloge entdeckt, zieht im Eingangsbereich die Szenerie auf dem Deko-Podest aus Euro-Paletten unter dem „Enjoy-Work“-Banner die Aufmerksamkeit auf sich. Weitere visuelle Highlights sind schnell entdeckt: der „Eiserne Hand“ getaufte Kronleuchter mit 6 m Durchmesser, die Lampen aus roten Zollstöcken mit einem Durchmesser von 2,40 m oder Wasserwaagen – 5 Stück in einer Reihe – oder die riesigen rechteckigen, mit roten Gurten bespannten Abhängungen, die genau wie die strategisch platzierten Displays mit überlebensgroßen Abbildungen von Handwerkern verschiedener Zünfte zur Orientierung beitragen.

Die „Eiserne Hand“

Für den Boden wurden drei verschiedene Elemente verwendet, die in größtmöglichem Kontrast zueinander stehen: der glänzende Estrich mit Epoxidharzbeschichtung mit seinen feinen Schattierungen im Eingangsbereich und auf den Loops, die warm und edel wirkenden geölte E-

chendielen im Bereich der Warenträger und Kabinen und schließlich der zweckmäßige, weiche Bodenbelag aus Gummigranulat auf der Schuhfläche, die mit ihren Säulen aus Ytong-Steinen und gepolsterten Europaletten als Sitzgelegenheiten das Zentrum des Raumes bildet.

Themenwände aus Motorsägen

Den weitaus größten Teil der Fläche nimmt die Männerbekleidung ein. Auf Vier-Arm-Warenträgern aus pulverbeschichtetem Stahl, jeder einzelne mit detaillierten Produktinformationen über Farben, Größen, Preise und Eigenschaften versehen, wird die Ware konsequent in Farbgruppen präsentiert. Das macht bei der Arbeitsbekleidung von Engelbert Strauss durchaus Sinn, denn in der Tat sind die Sortimente – anders als branchenüblich – von Farbe geprägt: Maisgelb zu Erbsengrün, Curry zu Nougat oder auch Gift- zu Flaschengrün. Auch das als „Workwear-Couture“ bezeichnete Damensortiment ist ein Alleinstellungsmerkmal, ebenso wie die Kinderbekleidung. Die Latzhosen, Shirts und Warnschutzwesten für kleine Handwerker werden auf einer 200 qm großen, durch eine Deckenabhängung aus bunten Besen markierten Fläche neben einem großen Kletter- und Rutschgestell gezeigt. Da viele Kunden aus Familienbetrieben stammen, in denen der Nachwuchs dem Vater bei der Arbeit über die Schulter schaut – und diesem auch Outfit-technisch nahekommen möchte –, ist dieses Sortimentssegment nicht zu unterschätzen.

Stellt im Kinderbereich ein riesiger, aus buntbemalten Hölzchen zusammengesetzter Strauß die Rückwandgestaltung dar, werden die Rückwände bei den Damen von weißem Holz in Kassetten-Optik mit buntlackierten Äxten, Hämmern und Hacken zu Themenwänden stilisiert, bei den Männern mit angesägten Holzstämmen und Motorsägen oder durch eine „internationale Helmparade“ mit Schutzhelmen mit Flaggen-Dekor. Zwischendurch – der Akustik wegen – immer wieder Heraklith-Verkleidungen.

Auch die freistehenden Blöcke mit jeweils zwei bis fünf Umkleidekabinen greifen mit ihren Außenverkleidungen aus Seekiefer, alten Schaltschrankfronten in der Optik eines „Umspannwerks“, weißem Holz in Kassettenoptik oder Pressspanplatten verschiedene Themen der Arbeitswelt auf, ebenso wie die riesigen, mit Denim bespannten

Engelbert Strauss Workwearstore, Biebergemünd

Adresse Frankfurter Straße 98-102, 63599 Biebergemünd

Baubeginn Mitte 2013

Eröffnung 10. Oktober 2014

Architektur/Store Design Plajer & Franz Studio

Bauliche Umsetzung Köster GmbH, Osnabrück

Energieversorgung Zu 100 Prozent regenerativ durch Geothermie und Photovoltaik

Fläche 3.000 qm auf einer Ebene (Filiale Hockenheim 750 qm, Filiale Bergkirchen 2.000 qm)

Sortiment Arbeitsbekleidung, -handschuhe und -schuhe für Männer, Kinder und Frauen (Werkzeug und Zubehör sowie Bekleidung für Praxis und Gastronomie nur per Katalog bzw. Online-Shop)

Mitarbeiter 1.000, 55 im Store Biebergemünd

Fotos (5): Engelbert Strauss

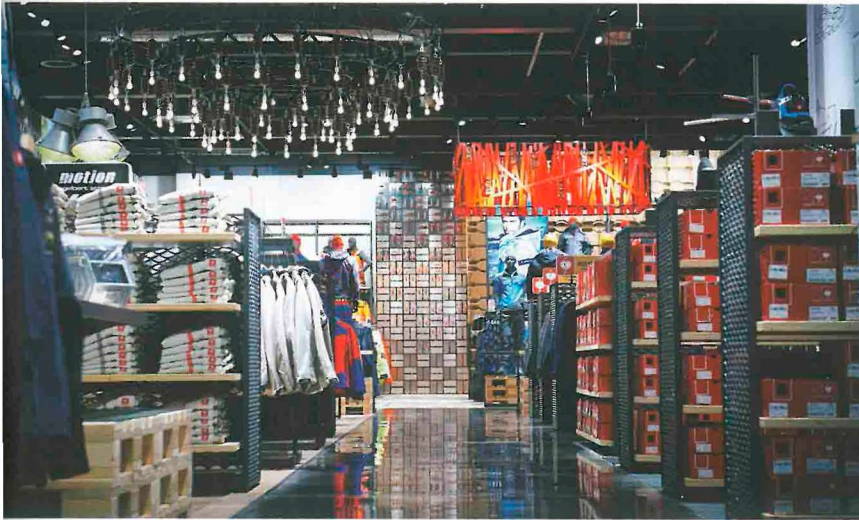


Bild links: Der „Eiserne Hand“ getaufte Kronleuchter hat imposante 6 m Durchmesser. Mit roten Gurten bespannte Abhängungen – im Hintergrund – tragen zur Orientierung bei

Bild rechts: Die Kronleuchter aus roten Zollstöcken mit 2,40 m Durchmesser gehören zu den visuellen Highlights an der offen gestalteten Decke

Rollen, an denen Jeansmodelle in Bilderrahmen präsentiert werden. In der „Logo-Lounge“ schließlich kann man hinter einer Wand aus Garnspulen in allen Farben individuelle Textildrucke oder -veredelungen auswählen. Fehlt nur noch die Kasse: Ihre besondere Bedeutung signalisiert sie schon farblich: Während im gesamten Store das Engelbert-

Strauss-typische Rot der Hauptdarsteller ist, bilden die Kassentresen mit dunklen Laminat-Oberflächen zu ihrer Verkleidung aus Abflussrohren ein letztes Highlight in leuchtendem Orange.