

Die Gewinner 2018

Die Jury hat entschieden: Die drei weltweit besten Store-Konzepte wurden am 26. April 2018 mit dem EuroShop RetailDesign Award ausgezeichnet. Die 11. Verleihung des Awards erfolgte im Rahmen der Messe C-star in Shanghai. Von 85 Einreichungen aus 27 Ländern gingen ein Projekt aus Spanien, Italien und Polen als Gewinner hervor.

von Angelika Simko

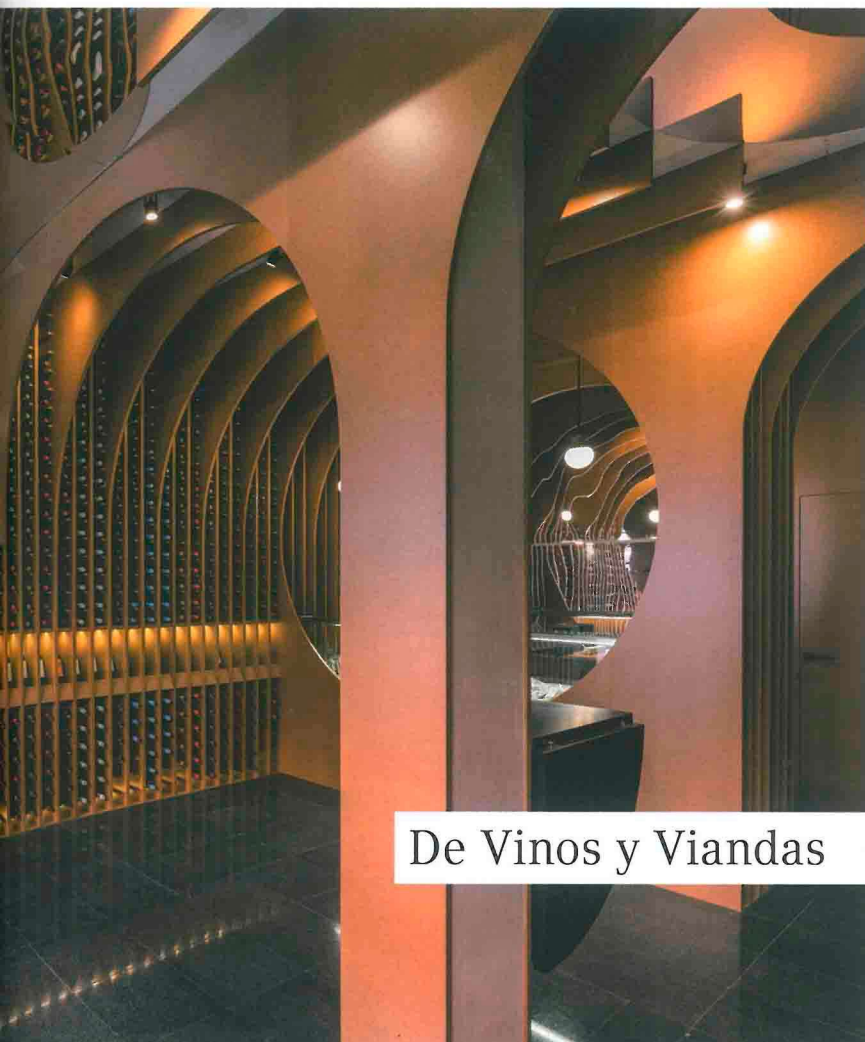
Die diesjährigen drei Gewinner des EuroShop RetailDesign Award konnten sich gegen 85 Mitbewerber durchsetzen und wurden auf einer abendlichen Galaveranstaltung in Shanghai prämiert. Die Gewinner sind: De Vinos y Viandas in Valladolid/Spanien, La Rinascente in Rom/Italien und Vélo7 in Posen/Polen. Mit einer eindeutigen Zielgruppenansprache, einer klaren Sortimentsbotschaft, einem konsistenten Store-Konzept und einem gelungenen Mix aus Architektur, Materialien, Beleuchtung, Farben und Visual Merchandising, der die Geschichte des Geschäfts klar dem Kunden kommuniziert, erfüllen die drei Gewinner die Kriterien der Jury,

die sich aus prominenten Vertretern der führenden Laden- und Einzelhandelsverbände und der internationalen Fachpresse zusammensetzt, in besonderem Maße.

De Vinos y Viandas, Valladolid

In Valladolid im Norden von Spanien, nahe des großen Rioja-Weinanbaugebiets, eröffnete Ende letzten Jahres mit De Vinos y Viandas (deutsch: Von Weinen und Köstlichkeiten) ein besonderer Weinladen, der auf den ersten Blick wie eine optische Täuschung wirkt: Formen und Materia-

Foto: Zooco Studio



De Vinos y Viandas

EuroShop RetailDesign Award 2018

Die drei Gewinner

De Vinos y Viandas, Valladolid/Spanien

Eröffnung: Juli 2017

Verkaufsfläche: 35 qm

La Rinascente, Rom/Italien

Eröffnung: Oktober 2017

Verkaufsfläche: 15.000 qm

Vélo7, Posen/Polen

Eröffnung: September 2017

Verkaufsfläche: 100 qm

Foto: Rinascente



La Rinascente



Vélo7

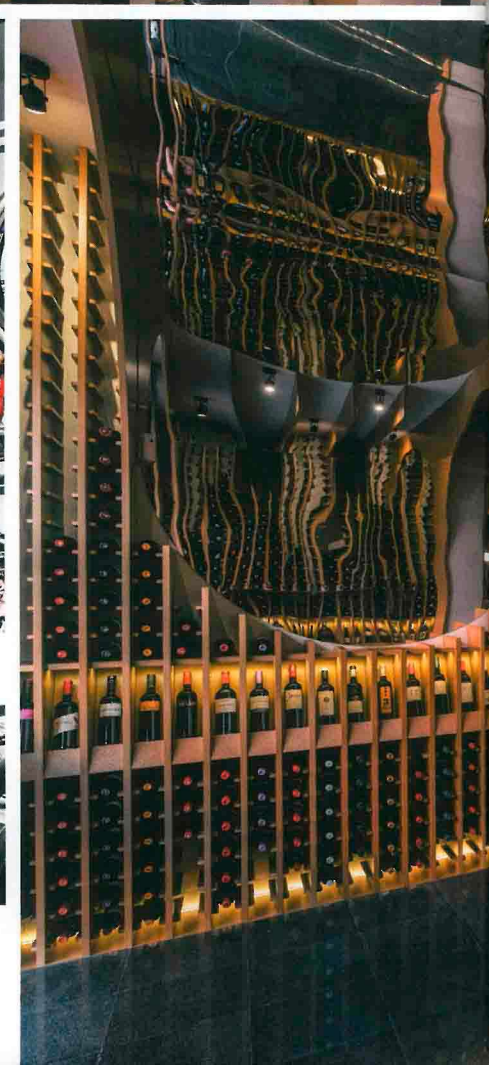


Foto: mode:lina

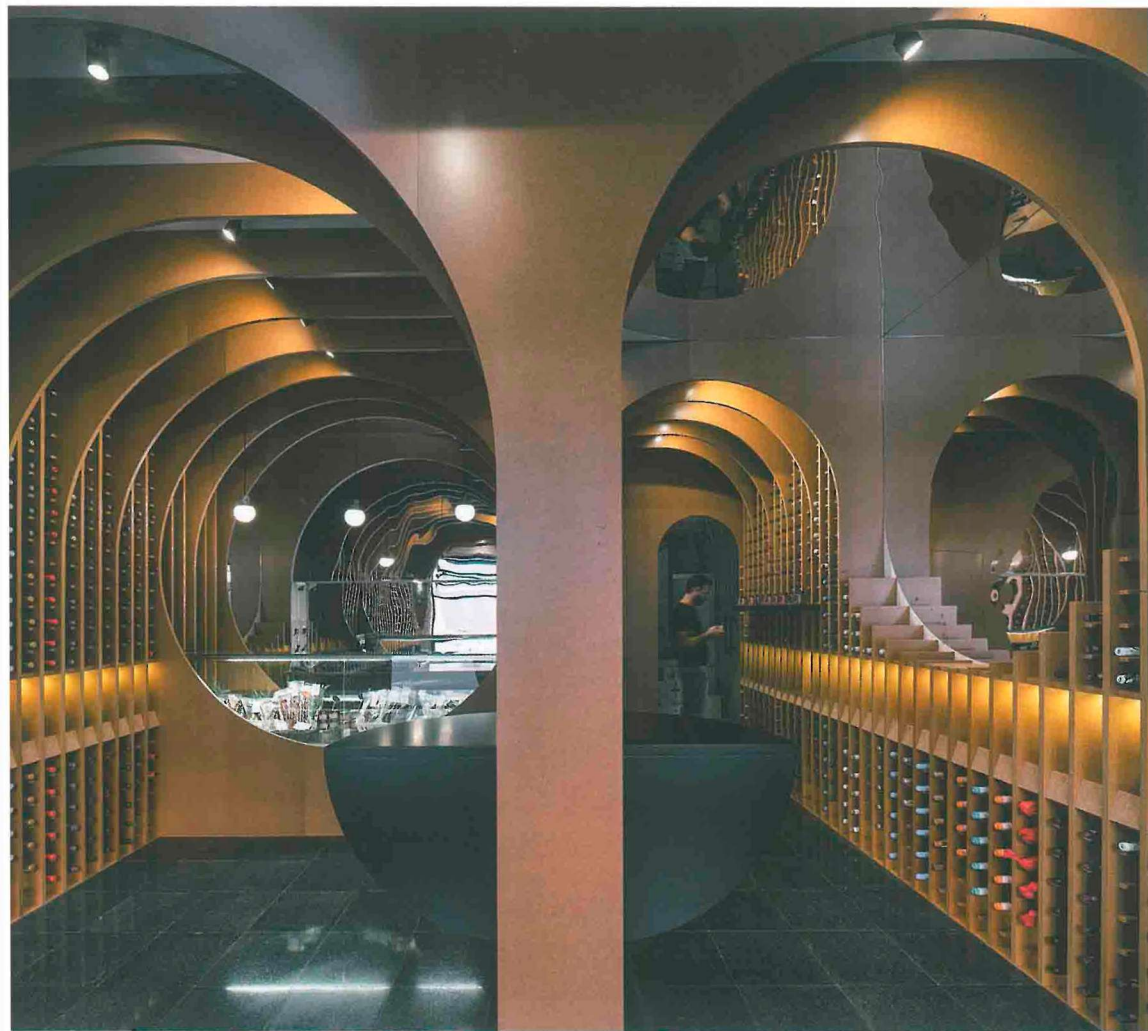
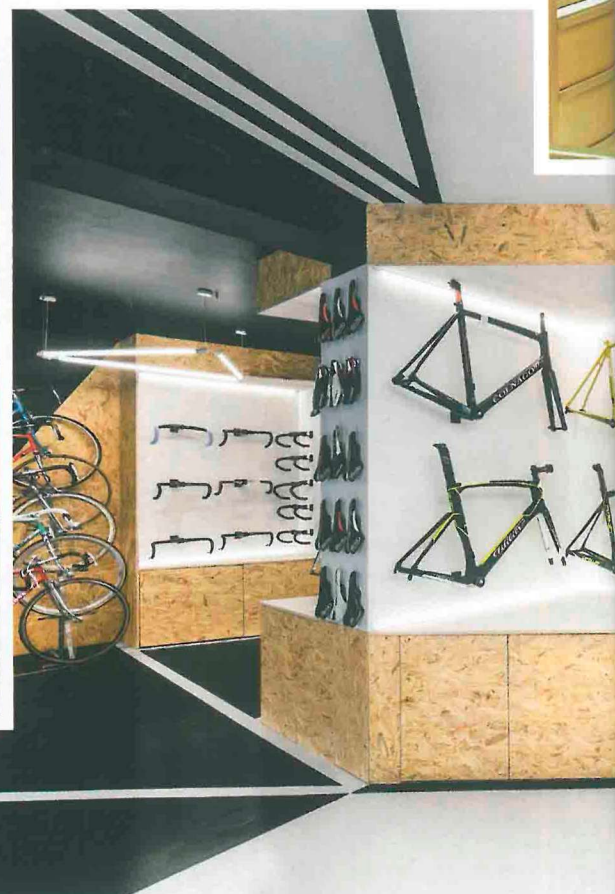


Foto: Zooco Studio



lien verschmelzen miteinander und versuchen, „die sonst formale Welt der Weine zu abstrahieren“.

Das Architekturstudio Zooco mit Sitz in Madrid und Santander hat sich für die Vinothek von traditionellen Weinkellern inspirieren lassen, dieses Thema aber ganz modern und eigenständig interpretiert. Der Kreisumfang wurde zum Leitmotiv, vielfältig gestaltet und phantasievoll umgesetzt, sowohl vertikal als auch horizontal.

Der Ladentisch, die Verkostungsfläche mit einem schwarzen Klapp-tisch und die Ausstellungsfläche bilden den variablen Mittelpunkt des Stores. Aus den scheinbar endlosen Wandregalen, jeweils mit Fächern für eine Flasche Wein in Liegend-Präsentation, „erwachsen“ rhythmisch in kurzen Abständen kupferfarbene Bögen, die an die Gewölbe alter Weinkeller erinnern. Über 1.000 Weinflaschen finden hier ihren Einzelplatz.

Die Rückwand im Laden ist verspiegelt und lässt den nur 35 qm großen Raum wesentlich größer erscheinen. Das warmbraune Holz der Raumstruktur kontrastiert mit einem schwarzen Steinfußboden. Das Zusammenspiel von Farben, Formen und den Spiegelreflexionen erzeugt eine multiperspektivische Sicht auf das Interieur.

Wechselnde Events auf der Fläche runden das Konzept ab und sollen Weinliebhaber zusammenführen.

La Rinascente, Rom

Die italienische Warenhauskette La Rinascente eröffnete in Rom einen zweiten Flagship-Store mit 8 Stockwerken und einer Fläche von 14.000 qm in der Via del Tritone. Das neue Kaufhaus liegt zwischen dem Trevi-Brunnen und der Spanischen Treppe. Rd. 200 Mio. Euro investierte das Unternehmen in das neue Gebäude. Die Planungs- und Bauphase hat ganze 11 Jahre in Anspruch genommen – mit dem Ziel, das neue Flaggschiff harmonisch in die geschichtsträchtige Umgebung einzufügen.

Das Store-Design kombiniert moderne, helle Elemente mit Mustern wie einem schwarz-weißen Kachelmuster und satten Farben wie einem strahlenden Gelb mit historischen Elementen: Im Erdgeschoss befindet sich das Aqua-Virgo-Aquädukt, das durch Kaiser Augustus im Jahr 19 v. Chr. eingeweiht wurde und noch heute stetig restauriert wird, um die nahegelegenen Brunnen mit Wasser zu versorgen – auch den berühmten Trevi-Brunnen. Der große Innenhof des Kaufhauses birgt ein kleines Gebäude mit dem Spitznamen „Palazzetto“ (was so viel heißt wie „Palast im Palast“) aus dem Anfang des letzten Jahrhunderts.

Auf der obersten Etage lädt eine Food-Hall mit Restaurants und Lounge-Bars zum Verweilen ein. Die Terrasse bietet den Besuchern einen Rundumblick über die Dächer der Stadt. Insgesamt bietet das Warenhaus gut 800 verschiedene Marken aus den Bereichen Kleidung,



Foto: Rinascente



Foto: mode.lina

Bild links außen: De Vinos y Viandas: Weinladen in Nordspanien, der auf den ersten Blick wie eine optische Täuschung wirkt

Bild links: Der Fahrradladen Vélo7 mit eigener Bike-Montage, Reparaturwerkstatt und Service-Center

Bild oben: Zweiter Flagship-Store der italienischen Warenhauskette La Rinascente in Rom

Accessoires, Design und Beauty. Jede der 8 Ebenen wurde von einem anderen Architekten entworfen und soll Rom und seine Historie angemessen in das Store-Design integrieren.

Vélo7, Posen

Die Besitzer von Vélo7 bezeichnen sich selbst als Fahrrad-Enthusiasten, die ihre Leidenschaft mit Gleichgesinnten teilen möchten. Mit Vélo7 schufen sie einen Verkaufsraum, der das Ziel hat, Kunden Fahrräder von besonderer Qualität anzubieten. Der multifunktionale Raum vereint Fahrradladen, Bike-Montage, Reparaturwerkstatt und Service-Center auf 100 qm. Darüber hinaus lassen sich die zusammengebauten Fahrräder direkt vor Ort testen.

Die Produktpalette umfasst zum Beispiel professionelle Rennrädern, Cross-Country-Bikes und Bahn-Bikes. Als besondere Ergänzung enthält das Angebot eine große Auswahl an „Oldtimer“-Fahrrädern aus den 70er- und 80er-Jahren.

Das Store-Design wurde dem befreundeten Architekturbüro Mode Lina, ebenfalls mit Sitz in Posen, anvertraut. Ziel des Store-Designs ist es, die Leidenschaft für Fahrräder „spielerisch“ zu inszenieren: Das Interieur will die Dynamik von Radrennen auf der Fläche lebendig machen. Die dreieckigen Formen und schrägen Flächen im gesamten Innenraum

beziehen sich auf die geometrische Form des Fahrradrahmens und sollen eine „einzigartige und sportliche“ Atmosphäre schaffen. Auch auf die Fahrradständer wurde das dreiwinklige Design übertragen. Schwarz-weiße Dreiecksmuster prägen das markante Design.

redaktion@ehi.org

EuroShop RetailDesign Award 2019

**EuroShop
RetailDesign
Award**

Ausblick

Auch für 2019 schreiben das EHI Retail Institute und die Messe Düsseldorf den EuroShop RetailDesign Award aus. Die drei besten Store-Konzepte werden wieder im Rahmen der Messe C-star, „Shanghai's Trade Fair for Solutions and Trends all about Retail“, prämiert. Informationen zur Teilnahme sowie zu Gewinnern und Nominierten der letzten Jahre unter: www.euroshop-award.com