



Weltstadt mit Görtz

Mitte Mai hat Ludwig Görtz in München einen neuen Flagshipstore eröffnet. In der Kaufinger Straße 14 in der Nähe vom Marienplatz präsentiert der Filialist für Schuhe und Accessoires ein vielfältiges Marken- und Produktportfolio auf 4 Etagen und 1.200 qm Verkaufsfläche.

von Angelika Frank

Der drittgrößte deutsche Görtz-Store nach Hamburg und Berlin ist Teil der Expansionsstrategie in 1A-Lagen mit sehr guter Kaufkraft und einem attraktiven Handelsumfeld. Ebenso ist er Teil der Multichannel-Strategie, die sich eines der ältesten Einzelhandelsunternehmen Deutschlands verordnet hat: einer intensiven Verzahnung von Online-Verkauf und stationärem Handel.

Enorme Auflagen

In 10 Wochen Umbauzeit ist die ehemalige Zara-Filiale mit denkmalgeschützter Fassade rundherum erneuert worden unter der Leitung von Ulrich Volp, Innenarchitekt der Görtz-Architekturabteilung und vom Ladenbauunternehmen Umdasch. Das Projekt steckte voller technischer Herausforderungen. „Die Erstellung und Genehmigung eines komplett neuen Bauan-

trags mit daraus resultierenden enormen Auflagen für Statik und Brandschutz stellten trotz unserer langen Erfahrung eine neue Qualität dar“, so Volp.

Durch eine 10 m lange, voll verglaste Frontbreite ist die Durchsicht zur Fußgängerzone und viel Tageslicht gegeben. Die Größe und Tiefe des Verkaufsraumes von 45 m ist beim Betreten voll zu erfassen. Volp: „Eine der wesentlichen Fragen, die sich uns bei der Gestaltung gestellt hat, lautete: Wie schaffen wir es, die Neugier des Kunden auf diesen tiefen, schmalen Laden mit vier Verkaufsebenen zu aktivieren? Die Lösung: Unterschiedliche Farb- und Materialwelten in Verbindung mit individueller Möblierung.“

Im Erdgeschoss werden Damen-Kollektionen angeboten, die auf jüngere Kundinnen abzielen. Hier dominieren die Farben Rot, Gold

und Pink. Zwei Videowände und eine goldfarbene Wand sorgen für Aufmerksamkeit. Die Ladenbau-Wandabwicklungen sind auf allen Ebenen gleich und bestehen aus hellem, mattem Schichtstoff und einer Einfassung aus Metallrahmen. Um die lange Ladenflucht zu unterbrechen, sind hier und da U-förmige, mit LED hinterleuchtete Bogen- und Wandelemente eingefügt. Themen-Wände mit changierenden Tapeten von Zaha Hadid bringen ladenbauliche Abwechslung. Der Fußbodenbelag besteht neben akzentuierenden Teppichboden-Auflagen aus Botticino-Classico-Marmor, der auf allen Verkaufsebenen verlegt wurde. Sein neutrales Beige harmonisiert mit allen Farbwelten.

Akzentuierung mit Farben

Im Untergeschoss, der sportlichen Young-Fashion-Abteilung, herrschen Oberflächen aus

Fotos (4): Görtz/Stephan Lemke

Bild linke Seite: Interessante Kombination von Rot-Tönen in der „jüngeren“ Damenschuh-Abteilung
Bild rechts: Cooles Anthrazit in der Herren-Sneaker-Abteilung
Bild unten: Bei den sportlich-rustikalen Herrenschuhen herrschen warme Braun- und Holztöne vor
Bild ganz unten: Fröhlich bunte Farben mit viel Grün und Orange in der Kinderschuh-Abteilung



Görtz, München

Eröffnung 16.05.2018

Adresse Kaufingerstraße 14, München

Größe 1.200 qm Verkaufsfläche auf 4 Etagen

Ladenbau Umdasch Shopfitting, Amstetten, Österreich

Beleuchtung ITAB Prolight Germany mit der Architekturabteilung Ludwig Görtz

Tapeten Tecnografica, Italien

Innenarchitekt Ulrich Volp, Leiter Architektur Görtz

Umbauzeit 2,5 Monate

Sortiment rd. 200 Marken

Mitarbeiter in München 120

Beton, Metallgitter und Rahmen vor. Schwarz und Grau geben den Ton an. Eine große Sneaker-Wand mit vielen bekannten Namen und ein Adidas Original-Shop-in-Shop dienen als Anziehungspunkte. Der Kinderbereich gibt sich knallig und frisch: helles Orange, Grasgrün und Türkis lassen die Welt der Kleinen erstrahlen, komplettiert durch farbig passende Tische und Sitzgelegenheiten.

Im ersten Obergeschoss werden die anspruchsvollen Damen-Kollektionen gezeigt. Violett, Mauve und Silbergrau passen zu dem beratungsintensiven Sortiment. Sitzpolster mit floralem Muster, großflächige Tapeten mit barocken Motiven, Teppiche in unterschiedlichen Ausführungen und Akzentbeleuchtung tragen zu einem harmonischen Gesamtbild bei. Die Präsentation der Schuhe, je nach Marke, erfolgt in 2er- oder 4er-Vorwahl. Eine

Sitzecke mit Sesseln und Beistelltischen lädt zum Verweilen ein.

Auf der zweiten Etage dreht sich alles um die Herren. Thematisch passend wurden Braun und neutrale Töne gewählt. Auch hier zieht sich das Farbkonzept durch alle Einrichtungselemente der Etage – Metalle und Lederoberflächen sind neben Holz vorherrschend. Die etwas niedrigere Raumhöhe wurde durch ein ausgeklügeltes LED-Beleuchtungssystem kompensiert.

Warenförderanlage

Alle Verkaufsebenen werden über 6 Warenförderanlagen mit automatischem Auswurfssystem versorgt. Nicht zuletzt war auch diese ausgefeilte Logistik mit einem 40.000 Paar Schuhe umfassenden, gekühlten Lager im obersten Stockwerk eine große technische Aufgabe.

Dazu Ulrich Volp: „Gerade der Einbau dieser Förderanlagen über alle sechs Geschossebenen bedeutete einen aufwändigen Eingriff in die Gebäudestruktur, verbunden mit allen notwendigen statischen Anforderungen.“ Die Kunden können alle Etagen neben der Haupttreppe auch über 3 Aufzüge erreichen. Im Erdgeschoss können die Kunden an einer Collect-Station im Internet bestellte Ware abholen.

Die Ludwig Görtz GmbH hat ihren Ursprung 1875 und betreibt heute in Deutschland rd. 160 Filialen. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Hamburg und beschäftigt circa 3.200 Mitarbeiter. 2-3 Neueröffnungen mit Schwerpunkt im süddeutschen Raum hat sich die Schuhkette für 2018 vorgenommen.

redaktion@ehi.org