

umdasch

THE STORE MAKERS

PRESSE-INFORMATION
AMSTETTEN, 03. September 2020
ERSTELLER: ALBERT NAGY

Liebherr: Weltweit erster Monobrand Store von umdasch realisiert

Liebherr eröffnete am 20. August 2020 im ICON-Tower direkt am Wiener Hauptbahnhof seinen weltweit ersten Monobrand Store. Auf über 170 Quadratmetern wird dort die ganze Welt der Liebherr Kühlgeräte präsentiert. Das emotional gestaltete Store Design kommt gemeinsam mit zahlreichen integrativen digitalen Lösungen und dem Ladenbau von umdasch The Store Makers.

Im ersten Liebherr Monobrand Store erlebt der Kunde auf der Verkaufsfläche die ganze Produktpalette von Liebherr – übersichtlich in verschiedene Sortimentsbereiche strukturiert. In den Themenwelten können sich die Kunden an Digital Signage Screens von umdasch im Detail über die Produkte informieren – zum Beispiel durch Filme zur Individualisierung der Geräte, zur Technik und über die optimale Lagerung von Lebensmitteln. Weitere digitale Elemente von umdasch sind Elektronische Preisauszeichnung (ESL) und die dahinterliegende umdasch xShelf Suite. Diese ermöglicht neben der zentralen Ansteuerung aller Preisschilder die synchronisierte Auslobung von Aktionsprodukten an den Digital Signage Screens. Robert Ortner, Head of Business Area Österreich & Südosteuropa, ist begeistert: „Wir wollen, dass sich die Menschen hier einfach wohlfühlen und inspirieren lassen.“

Einmalige Marken-Erlebniswelt

Wie Ortner weiter ausführt, ist der Monobrand Store sehr behutsam gestaltet: „Das Zusammenspiel von ungewöhnlichen Formen, warmen Farben und traditionellen Materialien erzeugt eine wohnliche und zugleich moderne Atmosphäre.“ Dafür verantwortlich zeichnet Julia Mitteregger, Lifestyle Shop Consult Director bei umdasch. Diese hatte beim Design des Stores eine klare Vision: „Wir wollten die Marke Liebherr für alle Kunden zum Greifen nahe inszenieren.“ Alles, wofür Liebherr steht, soll sich hier widerspiegeln: „Zum einen der Anspruch an Qualität, Innovation und Produkt-Design – und zugleich der Sinn für Tradition und Familie“, erklärt Julia Mitteregger. Während die Eichenholz-Optik eine warme und wohnliche Atmosphäre schafft, stehen die Stein- und Fliesen-Elemente für Zuverlässigkeit und Beständigkeit. Auch die Farbgestaltung unterstreicht durch sanfte Naturtöne den Wohlfühlcharakter. Klare Akzente setzen dabei die klassischen Farben der Corporate Identity von Liebherr.

Im Liebherr-Hausgeräte Monobrand Store soll es um Kommunikation und Begegnung gehen. „Der große Eichenholztisch ist der perfekte Ort für Beratungsgespräche – und lädt bei Events auch zum Essen & Trinken sowie zu Gesprächen ein. Die kompetenten Verkaufsberater bieten dem Konsumenten alle Möglichkeiten zu seinem Wunschgerät zu kommen“, beschreibt Robert Ortner. Bei Veranstaltungen kann dann auch die Showküche zum Einsatz kommen, ein Cafébereich bietet zusätzlichen Raum für den Genuss. Die Besucherzahlen und die Verweildauer in ausgewählten Zonen werden durch smartes People Counting mitsamt Gender Recognition von umdasch erfasst. In Zusammenspiel mit der ganzheitlichen xShelf Suite,

die den Verkauf mit gesammelten Informationen unterstützt, lassen sich so Sortimente laufend optimieren, Aktionswaren gezielter bewerben und die Customer Journey attraktiver gestalten.



Kontakt:

Albert Nagy

Marketing Manager

umdasch Store Makers Management GmbH

Josef Umdasch Platz 1, 3300 Amstetten, Austria

T +43 7472 605 1957

albert.nagy@umdasch.com

www.umdasch.com

umdasch: handwerklich verwurzelt, visionär im Digitalen, stets mit menschlichem Anspruch und einem Ziel: Erfolgreiche Stores zu realisieren. Die Store Makers von umdasch gestalten außergewöhnliche Erlebniswelten für anspruchsvolle Kunden in den Branchenfeldern Lifestyle Retail, Food Retail, Premium Retail und Digital Retail. umdasch The Store Makers zählt mit mehr als 1500 Mitarbeitern zu den führenden Ladenbau-Unternehmen Europas. Die Zentrale befindet sich in Amstetten, Österreich. Mit rund 20 eigenen Standorten in Europa und Middle East realisiert umdasch mit seinen vier operativen Divisionen jährlich über 7000 Ladenbau-Projekte und 200 Generalunternehmer-Projekte. Gemeinsam mit den Schwesterunternehmen Doka und Umdasch Group Ventures und über 180 Produktions-, Logistik- und Vertriebsniederlassungen in 70 Ländern befindet sich das Unternehmen seit über 150 Jahren im Besitz der Familie Umdasch.