

umdasch

THE STORE MAKERS

PRESSE-INFORMATION
AMSTETTEN, 3. Juli 2023
Verfasser: Katrin Fischer

Neue Ära des Einkaufens am Flughafen Köln/Bonn: umdasch The Store Makers plant und baut offenes Travel Retail-Konzept aus einer Hand

umdasch The Store Makers gestaltete für die vor Kurzem eröffneten Duty-Free-Bereiche in den Terminals 1 und 2 am Flughafen Köln/Bonn ein offenes Design mit Marktplatzcharakter. Im Auftrag des türkischen Duty-Free-Betreibers Setur waren die Store Makers als erfahrene Travel-Retail-Experten darüber hinaus auch für Ladenbau und General Contracting verantwortlich. Regionalität, Offenheit und Nachhaltigkeit sind die Kernthemen des Konzepts. Es umfasst ein völlig neues Shopperlebnis – kundenorientiert, modern und mit hoher Aufenthaltsqualität.

Maik Drewitz, umdasch Shop Consult Director, hat gemeinsam mit seinem Team das Design für den Duty-Free Bereich in Köln/Bonn entworfen. „Bei diesem Projekt fungierte umdasch als ganzheitlicher One-Stop-Shop – vom Konzept über Ladenbau bis hin zu General Contracting – unsere Duty-Free-Mannschaft hat dieses Projekt von A bis Z begleitet und dabei hervorragende Arbeit geleistet“, erzählt Drewitz stolz über das Highlight-Projekt. Trotz kurzer Umbauzeit und Arbeiten inmitten des Sicherheitsbereichs konnten die Store Makers ihre Kompetenz als weltweit agierende Duty-Free-Spezialisten unter Beweis stellen.

Für Setur, die 1965 erster Duty-Free-Betreiber in der Türkei war und heute zur Koç-Unternehmensgruppe gehört, ist der Flughafen Köln/Bonn der erste Flughafenstandort in Europa. Ahmet Sonmez, CEO von Setur, ergänzt: „Mit dieser Investition in Europa leiten wir den Globalisierungsschritt unserer Wachstumsstrategie ein. In den kommenden Jahren wollen wir das Potenzial des Flughafen Köln/Bonn ausbauen und mit unserer kundenorientierten Servicephilosophie Werte für alle Beteiligten schaffen.“

Marktflair am Flughafen erleben

Das Terminal 1 erinnert optisch an eine Markthalle. Die 900 m² große Fläche besteht aus drei Bereichen, die perfekt inszeniert und optisch miteinander verbunden sind. Dies geschieht durch den großzügigen Promenadengang und eine Pergola, die den offenen Eindruck verstärkt. Als zentrales Element und absoluter Blickfang präsentiert sich in der Mitte ein begrüntes Display mit allen Fluginformationen. Das Deckenelement ist Teil der Inszenierung und lässt die Grenzen zwischen Flughafen und Retail miteinander verschmelzen. Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Konzeption war die flexible Möblierung, die einen schnellen und einfachen Wechsel der Warenbilder ermöglicht. Zu diesem Zweck kommen teilweise Möbel auf Rollen zum Einsatz, die tagsüber für ein angenehmes Einkaufserlebnis rausgefahren werden und nach Geschäftsschluss wieder in den Store geschoben werden. So ist eine passgenaue Flächenbespielung möglich. Highlight- und Promotion-Points am Gang wecken die Aufmerksamkeit der Passagiere und ziehen sie auf die Flächen. Auch zahlreiche

digitale Themen werden zukünftig im neuen Terminal zu finden sein, zum Beispiel Click & Collect-Stationen sowie Self-Checkout-Kassen.

Die Gestaltung des Terminal 2 sorgt auf der fast 600 m² großen Fläche für Marktplatz-Atmosphäre: Das offene Design mit zahlreichen Sitzgelegenheiten und Angeboten zum Verweilen schafft eine hohe Aufenthaltsqualität, die zur Entschleunigung beiträgt. Gleichzeitig schlägt das Konzept optimal die Brücke zwischen dem Gastronomieangebot, dem Einkaufserlebnis und der Wartezeit bis zum Abflug. Im Herbst ergänzt der Flughafen die Retail-Fläche um eine begrünte Wand und eine große LED-Wand zur individuellen Bespielung. Auch hier ist das Mobiliar flexibel einsetzbar, zum Beispiel eine rollbare Tasting Bar in der Spirituosenabteilung. Innerhalb der Verkaufsfläche ist zudem eine 50 m² große Eventfläche vorgesehen. Ein Novum stellen auch die horizontalen Textil-Shutter für den Nachtabschluss dar: Das abschließbare Sicherheitssystem wird nach Ladenschluss aus den Möbeln gezogen und sperrt die Verkaufsfläche ab, sodass auf störende Fassadenelemente verzichtet werden konnte.

„Das Beste aus dem Veedel“

Ein wesentliches Element der Konzeptentwicklung war es, die Regionalität des Standorts Köln/Bonn erlebbar zu machen. Deshalb integrierten die umdasch Designer sowohl traditionelle Kölner als auch Bonner Elemente. Das „Kölner Brückengrün“ – die typische Farbe der Kölner Rheinbrücken – wurde im Konzept als Grundfarbe für die Fassadengestaltung aufgegriffen. Ergänzend präsentieren sich von der Decke abgehängte rosa Blüten als Hinweis auf die alljährliche Kirschblüte in der Bonner Altstadt. Weiters werden neben dem berühmten Komponisten Beethoven, dessen Geburtsort Bonn ist, auch der Kölner Karneval und der „Kölsche Dialekt“ im Rahmen des Designs thematisiert. So wird die Mentalität des Rheinlands am Flughafen ideal spürbar gemacht. Darüber hinaus setzt Setur auf regionale Produkte, bietet zugleich aber eine große Markenvielfalt. Dadurch entsteht ein moderner Mix aus lokalen und internationalen Sortimenten.

Nachhaltigkeit in vielen Dimensionen

Das Thema Nachhaltigkeit wurde bei der Konzeptentwicklung ganzheitlich mitgedacht. Es spiegelt sich nicht nur in den verwendeten Materialien oder den variablen Möbeln im Sinne des Eco-Designs wider, sondern betrifft die örtliche Planung, die Möbelfertigung in Europa, die Nutzung eines lokalen HandwerkerNetzwerks und vieles mehr. Der verwendete Bodenbelag ist emissionsarm und die Spanplatten wurden vollständig aus Restholzmaterial hergestellt. Außerdem galt es, die vorhandene Bausubstanz optimal zu nutzen und möglichst wenig neues Material zu verbauen. Daher wurden die Torbögen und Rahmen übernommen und verkleidet, der Deckenrahmen blieb unverändert.



Kontakt:
Katrin Fischer
Marketing & PR Manager
umdasch Store Makers Management GmbH
Josef Umdasch Platz 1, 3300 Amstetten, Austria
T +43 (0) 7472 69000-2500
katrin.fischer@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. Sie bedienen mit ihren vier Business Areas – Multistore Solutions, Premium Solutions, Construction Solutions sowie Digital Solutions – zahlreiche Kompetenzfelder von Consulting & Value Engineering über Projektmanagement, General Contracting und Shop Systems bis hin zu Digital Retail. Mit rund 1.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählt umdasch zu den führenden Ladenbau-Unternehmen Europas. Die Zentrale befindet sich in Amstetten, Österreich. Jährlich realisiert das Unternehmen über 7.000 Ladenbau- und 200 Generalunternehmer-Projekte. Gemeinsam mit den Divisionen Doka und Umdasch Group Ventures ist die Umdasch Group mit über 170 Produktions-, Logistik- und Vertriebsniederlassungen auf fünf Kontinenten tätig. Sie befindet sich seit 155 Jahren im Familienbesitz der Geschwister Hilde Umdasch und Alfred Umdasch.