

Eröffnung von Juwelier S.M. WILD in Linz: umdasch The Store Makers vereint Tradition, Qualität und anspruchsvolles Design

Am 3. November eröffnete der neue Standort von Juwelier S.M. WILD am Taubenmarkt in der Landstraße 16 in Linz. Auf einer Fläche von rund 60 m² präsentiert sich der Traditionsjuwelier mit einer großen Rolex-Präsentation sowie weiteren namhaften Marken aus der Uhren- und Schmuckbranche. Die umdasch Store Makers zeichneten für Design, Konzept und Ladenbau der S.M. WILD Multibrand-Fläche sowie für Licht und General Contracting im gesamten Store verantwortlich und setzten einen anspruchsvollen, einheitlichen Markenauftritt um. Ein Projekt mit Premium-Qualität.

Seit mehr als fünf Jahrzehnten steht der Name S.M.WILD für erstklassige Uhren und exquisite Schmuckkreationen. Das Stammhaus im Palais Kaufmännischer Verein in Linz wurde bereits mehrfach von internationalen Fachgremien als eines der schönsten Juweliergeschäfte Europas ausgezeichnet. Auch der Standort in der Landstraße am Linzer Taubenmarkt, der 2022 von Juwelier S.M.WILD übernommen wurde, sollte diesem Anspruch gerecht werden und wurde daher einem Umbau unterzogen. Ziel war es, für den S.M.WILD-Multibrand Bereich ein Design zu entwickeln, das sich nahtlos in das vorgegebene Design der angrenzenden Rolex-Fläche einfügt, um einen harmonischen und hochwertigen Gesamtauftritt zu gewährleisten. So entstand ein stimmiges Gesamtbild, das sowohl die Identität von S.M.WILD als auch die von Rolex widerspiegelt.

Herzstück des S.M.WILD-Bereichs

Innerhalb des S.M.WILD-Bereichs liegt der Schwerpunkt auf verschiedenen Schmuck- und einer weiteren Uhrenmarke. Gerade im Highend-Juwelierbereich ist es wichtig, den Warendruck aktiv zu steuern. Das bedeutet, ausgewählte Flächen zu definieren, auf denen die Warenpräsentation stattfinden kann, um eine Überfüllung zu vermeiden. umdasch hat dies in Form einer schlichten, monolithischen Theke gelöst, die zudem zahlreiche Funktionen in sich vereint. Sie bildet die gesamte Customer Journey ab – von der Inspiration über die Beratung bis hin zum Verkauf. Auf der linken Seite befinden sich Vitrinen für die Präsentation von Uhren und Schmuck, in der Mitte eine große lederbezogene Fläche für Beratung und Anprobe und auf der rechten Seite der Kassenbereich, der mit seiner an eine Hotelrezeption erinnernden Bibliotheksleuchte gleichzeitig als Empfangsbereich dient. Die Theke ist mit dünnem Sandsteinfurnier verkleidet – ein innovatives Material, das durch den Verzicht auf massiven Stein zur Ressourcenschonung beiträgt, ohne an edler Anmutung einzubüßen. Zusätzlich beinhaltet der Counter Stauraum für Reparaturaufträge sowie eine Verpackungsstation. Dahinter befindet sich eine Wandvertäfelung aus edlem Nussholz, die einen Kontrast zur hellen Theke bildet. Darüber hängt ein Lichtelement aus Bronze mit Spots, die die Schmuckstücke in den Vitrinen und die Präsentationsfläche optimal ausleuchten.

Das persönliche Highlight für Phillip Zipfinger vom Design-Team in Amstetten ist die Wahl der Materialien: „Von Sandsteinfurnier über Nussholz bis hin zu Bronze – die hochwertigen Materialien, die bei Juwelier Wild zum Einsatz kamen und deren hochqualitative Verarbeitung machen das Geschäft selbst zu einem Juwel, das sich auf jeden Fall im Premiumsegment bewegt.“ Markus Wild, Geschäftsführer bei S.M.Wild, freut sich über das gelungene Resultat: „Das Ambiente des neugestalteten Geschäfts am Taubenmarkt hat ein Niveau erreicht, wie man es sonst nur bei internationalen Nobeljuwelieren findet. Mit umdasch The Store Makers haben wir einen Partner gefunden, der unsere hohen Ansprüche erfüllt und diese in Premiumqualität umgesetzt hat.“

Die Kunst der Präsentation

Wie in jedem Juweliergeschäft spielten auch bei S.M.WILD die Beleuchtung und die Gestaltung der Vitrinenverglasungen eine entscheidende Rolle. So installierten die Store Makers spezielle Leuchten mit Lasertechnologie, die die Vitrinen in einem engen Abstrahlwinkel beleuchten und so die Diamanten besonders eindrucksvoll funkeln lassen. Auch die Verglasung der Vitrinen ist so positioniert, dass keine unerwünschten Spiegelungen entstehen und die Produkte immer optimal einsehbar sind. Wichtig war auch die Verwendung weicher Materialien in den Bereichen, in denen die Produkte präsentiert werden. Im Bereich der Theke haben die umdasch Designer daher einen Teppichboden vorgesehen, der mögliche Stürze von Schmuckstücken und Uhren auffängt. Zusätzlich wurde eine lederbezogene Ablagefläche auf der Theke verwendet, um Kratzer zu vermeiden. Natürlich spielten auch Sicherheitsaspekte eine Rolle – so ermöglicht die Thekenposition den Mitarbeitern einen guten Überblick über den Eingangsbereich.

Herausforderungen und Lösungen im historischen Bestand

Innen wie außen beeindruckend, stellte das historische, denkmalgeschützte Gebäude die Designer und Generalunternehmer von umdasch aber auch vor Herausforderungen. Vor allem das imposante Gewölbe im Inneren des Geschäfts stellte eine akustische Schwierigkeit dar, wie Designer Phillip Zipfinger erklärt: „Wir standen vor der Aufgabe, die Raumakustik bauphysikalisch zu optimieren ohne die Ästhetik zu beeinträchtigen. Dies war eine Herausforderung in einem Raum, der so schwierig zu möblieren ist und in dem es viele glatte Oberflächen gibt. Die Lösung bestand in der Verwendung einer Nussholzwand als großzügige akustische Wandverkleidung. Sie ist mit feinen Löchern und Mikroperforationen versehen, die für das Auge fast unsichtbar sind, aber eine erhebliche akustische Wirkung im Raum entfalten.“ Die Wandvertäfelung trägt wesentlich zur Verbesserung des Raumklimas und damit zu ruhigen Beratungsgesprächen bei. Gleichzeitig dient sie als Stauraum und ermöglicht den Zugang zum Schaufenster.

Der Denkmalschutz spielte bei der Arbeit des umdasch Generalunternehmer-Teams eine übergeordnete Rolle. Besonders anspruchsvoll waren die aufwendigen Beleuchtungsarbeiten im Innenraum unter Berücksichtigung des denkmalgeschützten Altbestands. Die größte Herausforderung waren die Arbeiten an der historischen Außenfassade, insbesondere die Demontage der Holzfassadenelemente und der Aus- und Einbau der Schaufenster, um Platz für die Auslagen zu schaffen – eine Aufgabe, die Anpassungen am Portalrahmen erforderte.

Rolex in der Landstraße: Eine Präsenz mit Tradition

Der Standort in der Linzer Landstraße verbindet eine langjährige Partnerschaft mit Rolex, denn Rolex-Gründer Hans Wilsdorf höchstpersönlich übergab schon 1954 die Konzession an den Standort und machte ihn damit zu einem der ersten Rolex-Vertriebspartner in Österreich. Seit fast 70 Jahren ist die Marke mit der Krone somit an diesem Standort vertreten. Dementsprechend prominent präsentiert sich die Marke im Store mit einem von Rolex entwickelten Designkonzept, das von einem ihrer Stamm-Ladenbauer umgesetzt wurde. Im Zentrum steht eine C-förmige Theke mit Stauraum und Vitrinen, die um die Säule aus dem historischen Bestand gebaut ist. Auf grünen Sitzhockern kann man sich beraten lassen und ein kleiner VIP-Bereich mit diskreter Beratungszone gehört ebenfalls zum Rolex-Bereich.



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 Units – Multistore Solutions, Premium Solutions, Construction Solutions sowie Digital Solutions – zahlreiche Kompetenzfelder von Design 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.