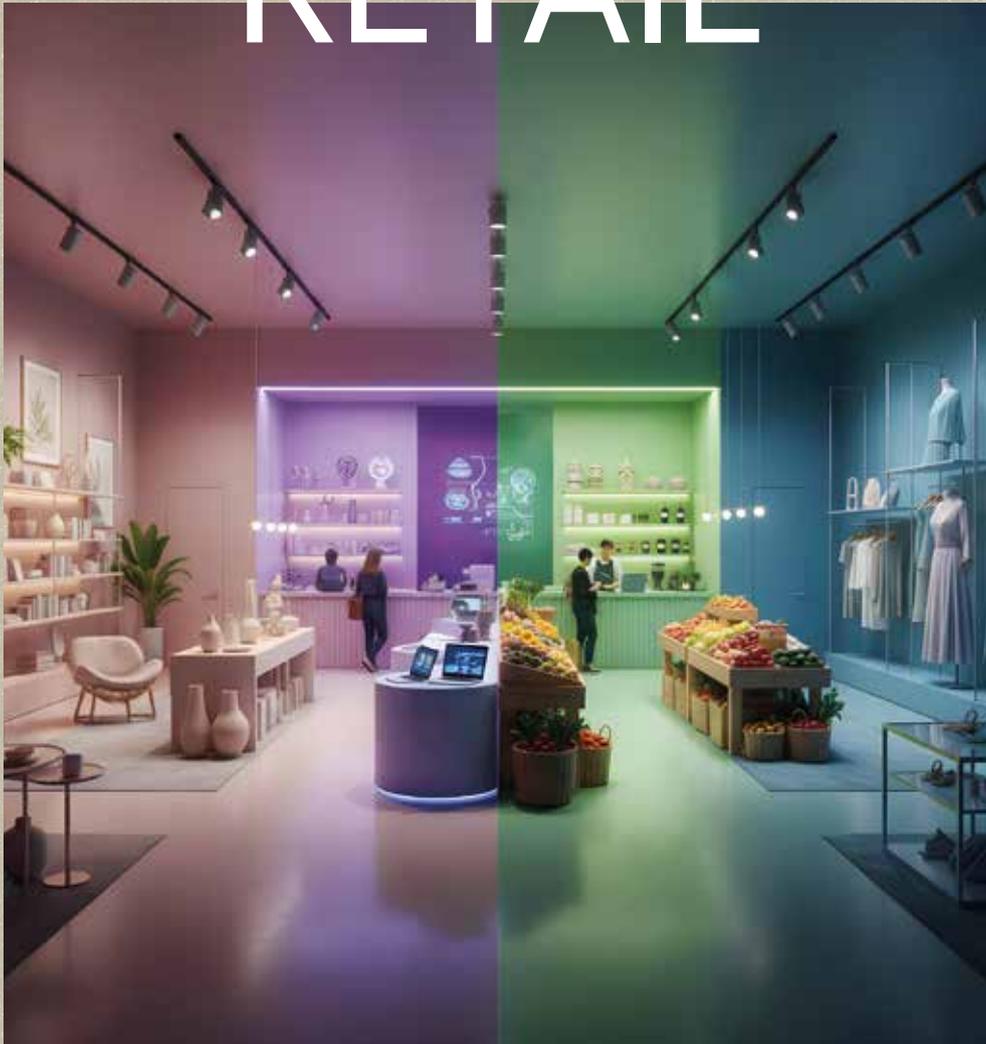




umdasch
THE STORE MAKERS

COLOURS *of* RETAIL





Wir lieben Print und sind Fans von haptischen Materialien.
Aber Bücher sind mittlerweile nicht mehr Everybody's Darling.
Viele bevorzugen auch einfach das Lesen am Handy, Tablet oder Computer.
Daher haben wir auch eine digitale Version dieses
Referenzbuches erstellt.

**Scannen Sie einfach den QR-Code und gelangen
Sie zu Ihrem digitalen Lesevergnügen.**

COLOURS *of* RETAIL

Jede Branche ist einzigartig.
Jede Marke ein Unikat.

Und jeder Store? Bringt individuelle Anforderungen mit sich.

Das Universum des Handels ist bunt.
Und wir machen genau das zu Ihrem Erfolgsrezept.
Denn mit unseren Kunden schreiben wir die Geschichte des
Handels seit über 155 Jahren. Viel Zeit also, um mit Leidenschaft
Erfahrungen in unterschiedlichsten Branchen zu sammeln.

So haben wir stetig unser Know-how weiterentwickelt,
um für Ihre individuellen Anforderungen das passende
Leistungspaket schnüren zu können.
Wir schaffen Orte, die Ihre Marke und Ihr Angebot erlebbar machen –
für Ihren Erfolg. We make successful stores.

INHALT

UNSER KERN

- 4 EDITORIAL
- 8 A STORE MAKER'S VALUES
- 10 DATEN & FAKTEN
- 12 NACHHALTIGKEIT

KOMPETENZEN & REFERENZEN

- 16 UNSERE GESCHÄFTSFELDER
- 20 UNSERE KOMPETENZEN
- 22 GENERAL CONTRACTING: WE TAKE CARE OF EVERYTHING
- 38 CONSULTING & VALUE ENGINEERING: WE THINK RETAIL CONCEPTS
- 58 PROJECT MANAGEMENT: WE MAKE STORES HAPPEN
- 78 SHOP EQUIPMENT: WE PRODUCE SHOP EQUIPMENT
- 100 DIGITAL RETAIL: WE DIGITALISE YOUR STORE

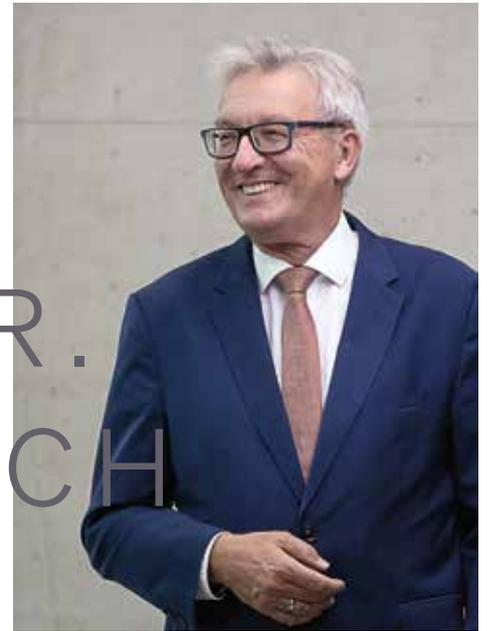
INNOVATIONEN & TRENDS

- 116 KASSENZONE DER ZUKUNFT
- 120 WORLDS OF EXPERIENCE
- 124 DIGITAL CONTENT REIMAGINED
- 128 AIRPORTS OF TOMORROW
- 132 VOM SHOWROOM ZUM BRANDROOM
- 136 PARADIGMENWECHSEL IM BAUWESEN

UMDASCH UND DIE WELT

- 140 DER UMDASCH KONZERN
- 142 AUSGEWÄHLTE KUNDEN
- 144 IMPRESSUM

UMDASCH
IST EIN
STORE MAKER.
HANDWERKLICH
VERWURZELT,
VISIONÄR IM
DIGITALEN, STETS
MIT MENSCHLICHEM
ANSPRUCH UND
EINEM ZIEL:
ERFOLGREICHE
STORES.



Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Leserinnen und Leser!

Sie halten die zweite Auflage des Referenzbuches der umdasch Store Makers in Ihren Händen. Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit dafür nehmen, darin zu schmökern. „Successful Stores“ lautet die Mission unseres Unternehmens. Wir sind den Zielen unserer Kunden verpflichtet – sei es die Verlängerung der Aufenthaltsdauer, eine effektivere Conversion Rate oder schlicht eine Steigerung der Flächenproduktivität. Ihr Erfolg ist die Grundlage für unser Tun und Handeln.

Der stationäre Handel ist in den vergangenen Jahren von mehreren Seiten unter Druck geraten. Der Fachkräftemangel erfordert die zunehmende Automatisierung der Prozesse, die steigenden Raumkosten verlangen nach höherer Wertschöpfung pro Flächeneinheit, der Onlinehandel hat längerfristig Marktanteile gewonnen. Diese drei Herausforderungen stehen exemplarisch für die Rahmenbedingungen, denen sich der (stationäre) Einzelhandel und vergleichbare Dienstleister gegenübersehen. Diese Themen beschäftigen auch uns. Wir würden uns niemals anmaßen, das Geschäft unserer Kunden besser zu verstehen als sie selbst. Wir können aber helfen, Erfahrungen schneller zu sammeln und Lernkurven zu verkürzen. Wir können Ihnen das gesamte Wissen unserer internationalen Organisation punktgenau zur Verfügung stellen, kurzum: Wir sind für Sie da.

Unser Leistungsspektrum beginnt beim Entwurf und Design, unsere digitalen Angebote umfassen die Programmierung von Softwarelösungen bis hin zur künstlichen Intelligenz, die Ihnen helfen, Zusatzumsätze zu generieren. Unser Angebot setzt sich über die Optimierung der Ideen (Value Engineering) bis hin zur Produktion und Logistik von Hardware fort. Wir übernehmen nicht nur die Montage, sondern – so das gewünscht ist – auch die gesamte Projektabwicklung des Innenausbaus bis hin zum Generalunternehmertum. Auf Basis von Wartungs- und Serviceverträgen stellen wir Ihnen unsere Leistungen auch über die gesamte Lebensdauer Ihrer Immobilie zur Verfügung. Die Store Makers von umdasch bieten „alles aus einer Hand“. Sie können wählen, welches Angebot Sie davon nutzen möchten.

Wir sind stolz auf unsere über Jahrzehnte bewiesene Kundenorientierung und Zuverlässigkeit. So sind wir es gewohnt, Termine und Budgets einzuhalten. Unsere erfahrenen und engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sparen Ihnen Geld, Zeit und Nerven – probieren Sie es einfach aus. Sie finden in diesem Referenzbuch viele Anregungen, Anwendungsfälle und Beispiele, gewissermaßen das Realität gewordene Leistungsspektrum der umdasch Store Makers. Wir freuen uns darauf, von Ihnen zu hören. Bis dahin wünsche ich Ihnen viel Vergnügen und neue Einblicke beim Lesen dieses Buches.

Herzlichst,



SILVIO KIRCHMAIR
CEO UMDASCH STORE MAKERS

W

ma

succe

sto

le
ake
essful
res.

A STORE MAKER'S VALUES



Die umdasch Store Makers mit über 1.200 Mitarbeitern aus rund 25 Nationen sind Teil eines österreichischen Traditionsunternehmens mit einer mehr als 155-jährigen Geschichte – der Umdasch Group. Unsere Mitarbeiter sprechen verschiedene Sprachen, stammen aus unterschiedlichen Kulturkreisen und sind in Mentalität und Persönlichkeit einzigartig – und doch verbindet uns etwas Grundlegendes: unsere gemeinsamen Überzeugungen. Was uns bei umdasch The Store Makers ausmacht ist weit mehr als handwerkliches Können. Es sind unsere Werte, die unser tägliches Handeln prägen.

Partnering

bedeutet für uns mehr als Zusammenarbeit auf Augenhöhe – es ist das Versprechen, dass Sie sich auf uns verlassen können.

Passionate

beschreibt unsere innere Haltung. Wir brennen für das, was wir tun – mit Herzblut, Hingabe und dem Anspruch, jeden Raum zu etwas Besonderem zu machen.

Pioneering

ist unser Blick nach vorn. Wir denken weiter, entdecken Neues, setzen Maßstäbe – und gestalten so die Zukunft des Innenausbaus aktiv mit.

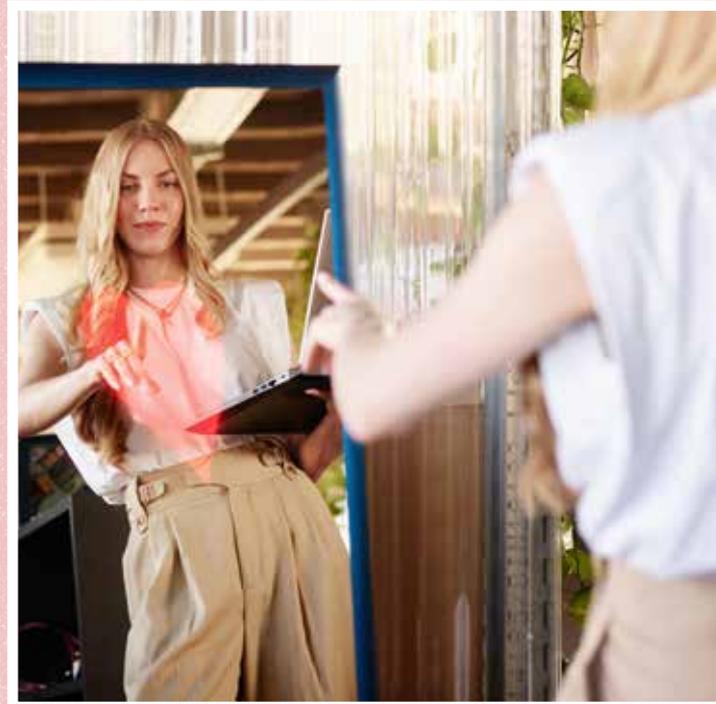
DATEN & FAKTEN

ÜBER **1.200**

KOMPETENTE &
ENGAGIERTE MITARBEITER

200

GENERALUNTERNEHMER-
PROJEKTE P.A.



1.000.000

QUADRATMETER AUSGESTATTETE FLÄCHE P.A.

ÜBER **180**

PRODUKTIONS-, LOGISTIK- UND VETRIEBS-
NIEDERLASSUNGEN AUF FÜNF KONTINENTEN
INNERHALB DER UMDASCH GROUP



JÄHRLICH

7.000

LADENBAU-PROJEKTE

31%

WENIGER CO₂-EMISSIONEN
AN UNSEREN PRODUKTIONS-
STANDORTEN VON 2021 BIS
2024

IM GESCHÄFT SEIT 1868

Mit einer breiten Aufstellung und
branchenübergreifender
Kompetenz stemmen wir jedes
Jahr eine Vielfalt an Projekten
aller Größen und Komplexitäten.
Wie das möglich ist, lässt sich in
Zahlen schwer abbilden. Denn es sind
unzählige Tassen Kaffee und vor
allem eine große Portion Leiden-
schaft, die unsere Store Makers jeden
Tag für Ihre perfekte Erlebniswelt
aufwenden.

ÜBER 4.000.000

INSTALLIERTE ELEKTRONISCHE PREISSCHILDER (ESL)

60.000

AKTIV GEMANAGTE DIGITALE INSTALLATIONEN

70 JAHRE PARTNER DES EINZEL-
HANDELS UND ÜBER 155 JAHRE
UNTERNEHMENSGESCHICHTE

We act sustainable

Wir schaffen Räume. Räume, um Zukunft zu gestalten. Denn wir sind verwurzelt im Handwerk und visionär im Digitalen. Wir sind aktiver Gestalter von Stores und Erlebniswelten. Und wir sind auch Gestalter der Zukunft. Deshalb übernehmen wir Verantwortung für unser Tun und dessen Auswirkungen. Damit die Zukunft Bestand hat.

e



Wir schaffen
Räume, um die
Zukunft zu
gestalten.



Get in touch!
sustainability@umdasch.com

Nachhaltigkeit ist bei umdasch The Store Makers ein zentraler Bestandteil der unternehmerischen Tätigkeit. Im Rahmen unserer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie verfolgen wir ein klares Ziel: Net Zero bis 2040. Die Strategie in Richtung einer nachhaltigeren Zukunft entwickeln wir nicht alleine, sondern gemeinsam mit der Umdasch Group AG und unseren Schwesterndivisionen Doka und umdasch Industrial Solutions.

Unsere gemeinsamen Ziele entfalten letztlich in unserem Tun ihre Wirkung – in unseren Projekten, Produkten, Services und Innovationen, dem Umgang mit unseren Partnern und unseren Kollegen und im Zusammenwirken mit unserer Umwelt. Am Weg, unsere Ziele zu erreichen, haben wir bereits einige wichtige Meilensteine erfolgreich umgesetzt:

INVESTITION IN ERNEUERBARE ENERGIE

Im Jahr 2024 wurden Photovoltaik-Anlagen an unseren österreichischen Standorten Leibnitz, Gleinstätten und Hasendorf in Betrieb genommen. Eine weitere Anlage entsteht derzeit an unserem Produktionsstandort im tschechischen Litomyšl. Ergänzt wird unser Engagement für nachhaltige Energieerzeugung durch unser Biomasseheizwerk in Hasendorf, das jährlich über 300 Tonnen CO₂ einspart und die Wärmeversorgung unseres Logistikzentrums vollständig abdeckt.



INTERNATIONALE STANDARDS ALS LOKALES BENCHMARKING

Im Jahr 2025 wurde umdasch The Store Makers von der renommierten Nachhaltigkeits-Bewertungsplattform EcoVadis zum zweiten Mal in Folge mit dem Bronze-Siegel ausgezeichnet. Diese Anerkennung unterstreicht unser Engagement für soziale Verantwortung, Umweltschutz und ethisches Geschäftsverhalten. Gleichzeitig zeigen Zertifizierungen wie ISO 9001, ISO 14001 und FSC schwarz auf weiß, dass wir höchsten Ansprüchen in puncto Qualität und Umwelt gerecht werden.

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

Die sorgfältige Wahl der Lieferanten, der Einsatz von recycelten Materialien, die Reduktion von Verpackungsmaterial sowie die Optimierung von Transportwegen sind zentraler Bestandteil unserer Beschaffungsstrategie. Mit dem Aufbau einer eigenen Verpackungsproduktion in unserem Logistic Center in Hasendorf wird unsere Verpackung effizienter und umweltfreundlicher gestaltet. Ziel ist, Verpackungsmaterialien zu reduzieren und so Logistikprozesse nachhaltig zu optimieren.

NACHHALTIGKEIT IM STORE DESIGN

Mit Initiativen wie ECOlib, unserer digitalen Datenbank für nachhaltige Materialien, dem Leistungsbaustein Sustainable Design Consulting sowie individuellen Nachhaltigkeitsworkshops unterstützen wir unsere Kunden bei der Umsetzung ressourcenschonender Ladenbaukonzepte. Unsere erfahrenen Store Consultants entwickeln in Workshops und Beratungen individuelle Lösungen für nachhaltiges Design.

Uns Geschä

sere ftsfelder

MULTISTORE SOLUTIONS

The right solution for every rollout

Eine umfassende Orientierung an den Bedürfnissen unserer Kunden und exzellentes Marktverständnis machen uns zu einem verlässlichen Partner für multiplizierbare Konzepte.

Mit unseren Fertigungsmöglichkeiten an mehreren Standorten liefern unsere Experten ausgereifte Ladenbausysteme für sämtliche Branchen. So decken die Ladenbau-Profis von umdasch den gesamten Bedarf verlässlich ab: vom individuellen Design-Konzept über maßgeschneiderte Warenträger und Serienproduktionen bis hin zum Projektmanagement für die reibungslose Abwicklung von Rollouts aller Größen – Logistik und Montage inklusive.



CONSTRUCTION SOLUTIONS

We take care of everything

Mit höchster fachlicher Kompetenz und einem umsichtigen Steuerungsgeschick halten die General-Contracting-Experten von umdasch alle Gewerke des hochwertigen Innenausbaus im Takt. Das 100-köpfige Expertenteam startet auf Wunsch in der Vorklärungsphase und übernimmt Ihre ganzheitliche Projektplanung und Umsetzung – von Elektroinstallationen, Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik bis zu Trockenbau und Beleuchtung.

Getreu dem Motto
„We take care of everything“.

PREMIUM SOLUTIONS

Retail environments with premium quality

Wir wissen, dass jedem stimmigen Einkaufserlebnis die Identität unseres Kunden innewohnt. Als Profis für ganzheitliche Markenerlebnisse schaffen die Store Makers von umdasch mit Fantasie sowie Gespür für Materialien und zukunftsweisende Trends feinsten Ladenbau. Wir beraten, designen, planen und setzen um. Das Ergebnis ist höchste Handwerkskunst – bei lokalen Einzelprojekten und den Stores globaler Brands, in internationalen Einkaufsstraßen und auf Flughäfen. Mit Herzblut und Leidenschaft schaffen wir erfolgreiche Brand Experience.



DIGITAL SOLUTIONS

We digitalise your store

Durch das Zusammenwirken von Ladenbau mit Digital Retail schaffen wir effiziente Abläufe und einzigartige Erlebnisinszenierungen am POS. Gemeinsam mit Kunden entwickeln unsere Digitalprofis eine perfekt abgestimmte Customer Journey inklusive Konzept und Kreation digitaler Inhalte. Dank ihrem tiefen Verständnis für technische Möglichkeiten entstehen so ausgefeilte Lösungen zur Optimierung von Prozessen. Auf Wunsch kümmern sich die Digitalexperten von umdasch auch um den internationalen Rollout sowie den reibungslosen Betrieb – ein Digital-Solutions-Leben lang.



Uns Kompe

sere
tenzen

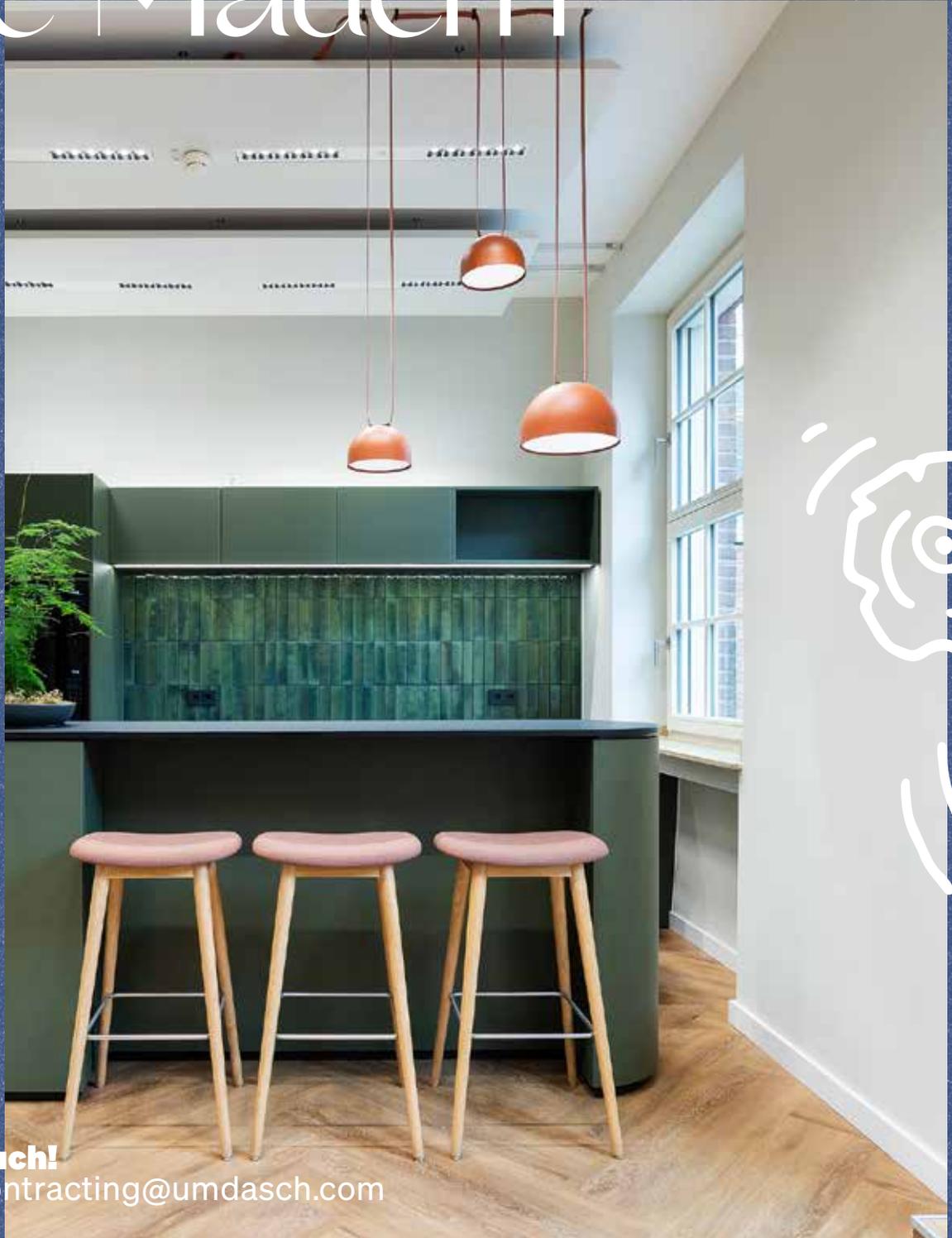
We take
care of
everything

GENERAL CONTRACTING



Mit höchster fachlicher Kompetenz und einem umsichtigen Steuerungsgeschick wickeln unsere General-Contracting-Projektleiter Ihr gesamtes Bauvorhaben mit ruhiger Hand ab. Gemeinsam mit professionellen, langjährigen Partnern und Ihnen halten sie gekonnt Kosten, Qualität und Zeit im Gleichgewicht. Von der Vorklärung bis zur termingerechten Eröffnung.

Neues Leben für alte Mauern



Get in touch!
generalcontracting@umdasch.com

Kämmerei. Wo früher städtische Kassen geprüft wurden, findet man heute einen Ort für New Work, Genuss und Begegnung. Mitten in der Altstadt Düsseldorfs, umgeben von engen Gassen, Kopfsteinpflaster und Geschichte, wurde das denkmalgeschützte Verwaltungsobjekt der Kämmerei durch Art-Invest Real Estate zur modernen Mixed-Use-Immobilie transformiert – und damit zu einem Gebäude, das den Charakter der Vergangenheit bewahrt und neue Perspektiven eröffnet.

„Statt auf Abriss und Neubau zu setzen, revitalisieren wir hochwertige Bestandsbauten wie die Kämmerei nachhaltig und bedarfsgerecht.“



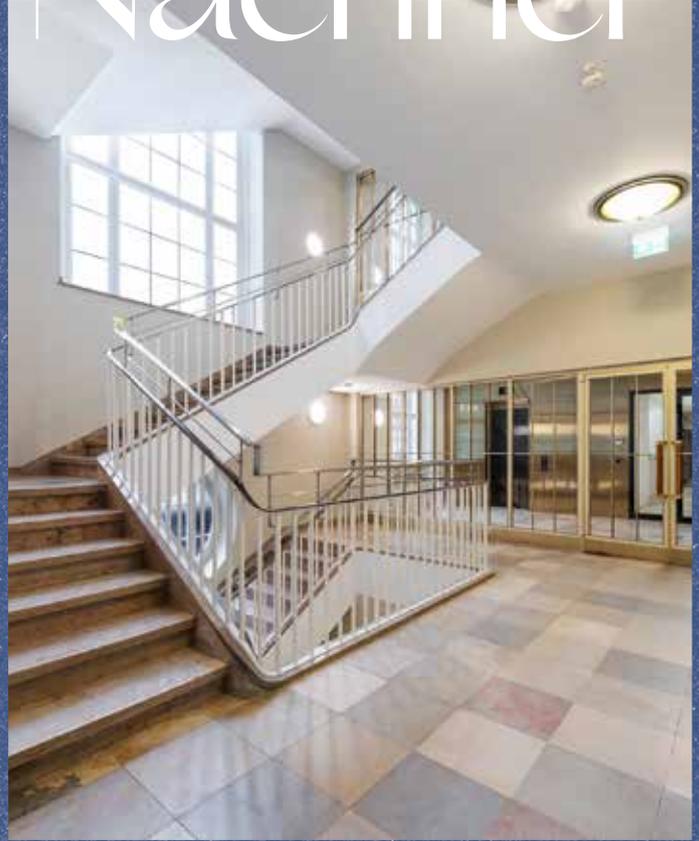
MARCO GÖSLING
MANAGING DIRECTOR
CONSTRUCTION SOLUTIONS

Auf mehr als 9.000 Quadratmetern, verteilt auf fünf Stockwerke, vereint die Kämmerei heute moderne Büroflächen, Einzelhandel, Event und Gastronomie unter einem Dach. Im Zentrum: ein offenes, einladendes Erdgeschoss mit direkter Verbindung zum öffentlichen Raum sowie ein revitalisiertes Atrium als multifunktionale Veranstaltungsfläche. Das ehemals geschlossene Verwaltungsgebäude wurde von Grund auf neu gedacht – und als lebendiger Teil der Innenstadt zurückgegeben.

Als Generalunternehmer zeichneten die Store Makers für den gesamten hochwertigen Innenausbau verantwortlich – vom Trockenbau über Natursteinarbeiten und Metallbau bis hin zu Glastrennwänden, Türen, Decken- und Bodenarbeiten. Auch die Baustelleneinrichtung sowie die Koordination sämtlicher Gewerke lagen in den Händen der umdasch Store Makers. Dabei war Feingefühl gefragt: Denn das historische Gebäude steht unter Denkmalschutz.



Nachher



Jede bauliche Maßnahme musste daher behutsam geplant und präzise umgesetzt werden. Originale Treppengeländer und Natursteinböden wurden erhalten, die charakteristischen Schaufensterelemente im Erdgeschoss denkmalgerecht integriert. Auch die Tresorstrukturen im Untergeschoss – einst Zeugen der städtischen Finanzsicherung – wurden in das neue Raumkonzept eingebunden. Gleichzeitig verlangte die innerstädtische Lage der Baustelle höchste Präzision in der Logistik und eine exakte Taktung sämtlicher Abläufe. Materialanlieferungen mussten minutiös geplant, Gewerke optimal aufeinander abgestimmt werden – ein Zusammenspiel, das nur mit viel Erfahrung im Bauen im Bestand gelingt. Moderne Funktionalität und Technik mit der Aura des historischen Gebäudes zu vereinen – das war der klare Anspruch an die Revitalisierung der Kämmerlei. Eine Herausforderung, die das Team von umdasch The Store Makers mit Expertise, Ausdauer und einem guten Gespür für das Besondere gemeistert hat. Dabei hatte dieses wegweisende Projekt von Beginn an einen ganz besonderen Stellenwert bei unseren GC-Experten. „Wir freuen uns, dass wir diesen besonderen Ort mitgestalten durften – als Beitrag

zur Belebung der Innenstadt und zur intelligenten Verbindung von Vergangenheit und Zukunft“, so Marco Gösling, Managing Director Construction Solutions bei umdasch The Store Makers. Entstanden ist ein Vorzeigeprojekt für nachhaltige Immobilienentwicklung und ein Beispiel dafür, wie durch behutsame Revitalisierung neue Nutzungsperspektiven entstehen können. Ein Ort, der die Vergangenheit respektiert und zugleich Raum für die Zukunft schafft. Ein Projekt, das beweist: Wer mit Feingefühl weiterdenkt, kann Orte mit Seele neu beleben.



- 📍 Düsseldorf, Deutschland
- 📏 9.000 m²
- ✓ General Contracting
- 🔧 slapa oberholz pszczulny | sop architekten
- 🏠 Real Estate & Shopping Malls

Nachher



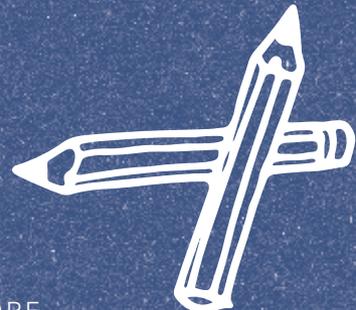
Vorher



„Die Umgestaltung der Kämmererei unter den Auflagen des Denkmalschutzes in eine moderne, hochwertige Büroimmobilie war und ist in vielerlei Hinsicht eine Herausforderung, umdasch unterstützte uns dabei als erfahrener Partner, der einerseits sensibel mit dem Bestand umging und andererseits kreativ unsere Anforderungen umsetzte.“



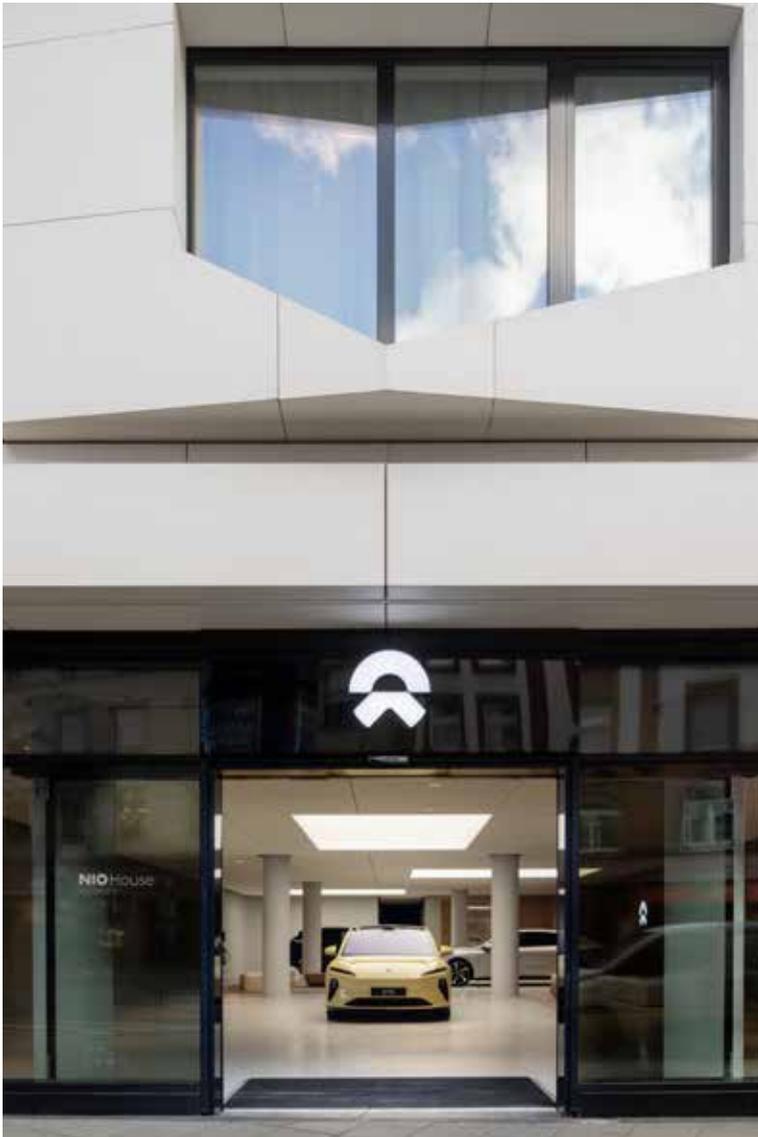
ANNA WORTMANN,
HEAD OF DEVELOPMENT DÜSSELDORF,
ART-INVEST REAL ESTATE



NIO House DESIGN TRIFFT AUF DRIVE

Als NIO sein zweites NIO House in Deutschland plante, war klar: In Frankfurt trifft Tempo auf Anspruch. Ein Ort sollte entstehen, der mit einem klassischen Showroom wenig gemein hat – der junge Automobilhersteller wünschte sich für sein Konzept des modernen Autohauses einen multifunktionalen Raum für Austausch, Marke und E-Mobilität auf 1.600 Quadratmetern im Herzen der Mainmetropole.

Also keine Zeit verlieren: Während die Planer noch an Details feilten, begannen bereits die ersten Ausbauarbeiten. Materialien wurden bemustert, Möbel parallel produziert, technische Konzepte im laufenden Betrieb abgestimmt. Die Store



Makers von umdasch waren mittendrin, statt nur dabei – als Generalunternehmer und Ladenbauer, als Koordinator und Möglichmacher, als verlässlicher Partner im Takt der Baustelle.

Die gestalterische Vision wurde in ein Zusammenspiel aus Glas, Naturholz, Beton und Terrazzo übersetzt. Dieser kontrastreiche Mix schafft eine einladende Atmosphäre, für die die Metropole bekannt ist, und vermittelt gleichzeitig den innovativen Charakter der internationalen Marke NIO.



- 📍 Frankfurt am Main, Deutschland
- 📏 1.600 m²
- ✓ General Contracting, Manufacture, Installation
- ✂ Anastasiya Simonis
- 🏠 Automotive



Juwelier S.M.WILD PREMIUMQUALITÄT HINTER HISTORISCHER FASSADE

Wenn Denkmalschutz auf höchste Ansprüche trifft, ist Fingerspitzengefühl gefragt – und ein erfahrener Generalunternehmer. Für den neuen Store von Juwelier S.M.WILD am Linzer Taubenmarkt verantworteten die umdasch Store Makers neben Design, Lichtplanung und Ladenbau des Multibrand-Bereichs auch die Umsetzung im General Contracting: vom sensiblen Umgang mit der denkmalgeschützten Fassade über den koordinierten Innenausbau bis hin zu aufwendigen Lichtinstallationen. Trotz enger baulicher Rahmenbedingungen gelang es, einen Markenraum zu schaffen, der die Werte von S.M.WILD eindrucksvoll widerspiegelt. Wer meint, Generalunternehmer könnten nur grob – der hat unser Verständnis von Premium noch nicht erlebt.



„Das Ambiente des neugestalteten Geschäfts am Taubenmarkt hat ein Niveau erreicht, wie man es auch international nur selten findet.“

MARCUS WILD
GESCHÄFTSFÜHRER
BEI S.M.WILD

- 📍 Linz, Österreich
- 📏 50 m²
- ✓ Design, Planning, Value Engineering, General Contracting, Manufacture, Installation, Lighting
- 🔗 Rolex & umdasch
- 🏠 Luxury Jewellery



zweite sahne KREISLAUFWIRTSCHAFT TRIFFT DESIGN

Mit „zweite sahne“ entstand in Dossenheim ein Gebrauchtwaren-Kaufhaus, das Nachhaltigkeit, soziales Engagement und Stil verbindet. Auf 600 Quadratmetern erhalten Möbel, Haushaltsartikel und Spielsachen ein zweites Leben – inszeniert in einem Raumkonzept, das umdasch The Store Makers als Generalunternehmer von der ersten Idee bis zur Umsetzung verantwortete. Concept, Design, Planning, Manufacture, Installation, General Contracting und Lighting: alle Leistungen aus einer Hand. Der offene Vorbereitungsbereich gleich am Eingang zeigt Kunden, wie gebrauchte Waren geprüft und aufbereitet werden. Klare Formen und reduzierte Materialien geben den farbenfrohen Einzelstücken Raum, während die pinke Unternehmensfarbe gezielt Highlights setzt. Minimaler Materialeinsatz,



flexible Möbel, recycelte Paletten und wiederverwendbare Regalsysteme machen den Store selbst zum Sinnbild gelebter Nachhaltigkeit. So wurde ein Ort geschaffen, der nicht nur Ressourcen, sondern auch Budgets schont – und jedes Stück zur besonderen Entdeckung macht.



- 📍 Dossenheim, Deutschland
- 📏 600 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, General Contracting, Manufacture, Installation, Lighting
- ✍️ umdasch
- 🏠 Home & Living

hansgrohe VOM SHOWROOM ZUM ERLEBNISRAUM

Mit der Eröffnung seiner neuen Zentrale in Warwick setzte hansgrohe ein starkes Zeichen für Wachstum und Innovation – und die Store Makers von umdasch durften dieses Leuchtturmprojekt umsetzen. Als Generalunternehmer verantworteten sie den kompletten Umbau, die Koordination sämtlicher Gewerke sowie die Produktion, Lieferung und Montage des hochwertigen Ladenbaus. Auf 375 Quadratmetern entstand ein Showroom, der die neue Produktwelt von hansgrohe und AXOR erlebbar macht – von exklusiven Bädern



und Küchen über innovative Armaturen und Brausen bis hin zu den Neuheiten in Keramik, Möbeln und Spiegeln. Dennis Grünewald, Sales Director bei umdasch, freut sich über das gelungene Projekt: „Die Eröffnung des hansgrohe Headquarters in Warwick ist ein gutes Beispiel für die hervorragende Zusammenarbeit und das Engagement unserer interdisziplinären Teams.“



- 📍 Warwick, United Kingdom
- 📏 375 m²
- ✓ Value Engineering, General Contracting, Manufacture, Installation, Lighting
- 🏠 hansgrohe
- 🏠 Home & Living





Lucid Motors PREMIUM AUF GANZER LINIE

Wenn eine Marke wie Lucid Motors in Frankfurt ankommt, geht es um mehr als einen klassischen Showroom – es geht um ein Statement. Statt auf ein weitläufiges Autohaus am Stadtrand setzt der US-amerikanische Elektroauto-Hersteller bewusst auf ein innerstädtisches Konzept. Und folgt damit dem Trend urbaner Flagship-Stores. Der Goetheplatz als Standort spricht für sich – mit seiner zentralen Lage und dem kulturellen Bezug ist er selbst Teil der Inszenierung. Hier trifft automobiler Zukunft auf architektonische Finesse. Das Innenleben des Flagship-Stores sollte dieser Vision gerecht werden: ein Raum, der Zukunft atmet. umdasch The Store Makers begleitete das Projekt als Generalunternehmer vom vollständigen Rückbau über die technische Planung bis zum hochwertigen



Innenausbau. Eine vollflächige Trockenbaudecke, präzise Maler- und Bodenarbeiten, die passgenaue Möbelmontage sowie die Anpassung der Klima- und Lüftungssysteme legten die Basis für ein stimmiges Gesamterlebnis. Das Ergebnis: ein Markenraum, der nicht bloß Autos zeigt, sondern Design und Technologie auf den Punkt bringt.

- 📍 Frankfurt am Main, Deutschland
- 📏 280 m²
- ✓ General Contracting, Installation
- ✂️ SPI Società Progettazioni Integrali / Rhizomet
- 🏠 Automotive



ImmoMa SPONTAN GEPLANT, PRÄZISE UMGESETZT

Was tun, wenn das Büro nicht mehr zur Arbeitswelt von heute passt? Für ImmoMa in Dresden war klar: Die GC-Profis von umdasch müssen her! Und so übernahmen wir als Generalunternehmer den Umbau der rund 700 Quadratmeter großen, veralteten Bürofläche. Und zeigten Spontanität. Denn die Anforderung war: Maximale Flexibilität bei Planänderungen. Neben Flächenrückbau, Trockenbau, Elektronik und Integration des Bestands galt es für unser Team also auf kurzfristige Wünsche oder technische Anpassungen



einzugehen als der Umbau schon lief. Egal, was kam – wir haben mitgezogen. Heute arbeitet man dort in Büroräumlichkeiten, die am neuesten Stand sind. Und wir wissen: Wenn's anders kommt als geplant, kommen wir erst recht in Fahrt.



- 📍 Dresden, Deutschland
- 📏 700 m²
- ✓ Planning, General Contracting, Installation
- 🏗️ RKA Architekten
- 🏢 Office



Glogauer Weg / Wolfenbüttel

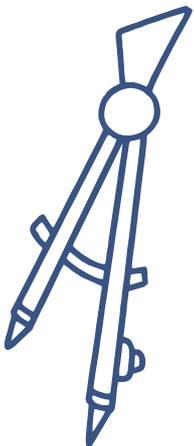
EIN BEITRAG ZU ZUKUNFTSFÄHIGEM WOHNEN

Ein Team, eine Mission: KfW-55-Standard. Für wen das nach einem Buch mit sieben Siegeln klingt, der hatte vermutlich noch nie mit thermischer Sanierung zu tun. Aber kein Problem, denn dafür gibt's ja uns. Unser General Contracting-Team hat in Wolfenbüttel gezeigt, was möglich ist, wenn man Zukunft baut – und zwar im Bestand. 62 Wohneinheiten in elf Mehrfamilienhäusern wurden fit gemacht für morgen: Rückbau asbesthaltiger Fassadenplatten, Fenstertausch, Dämmung, Elektrik, Betonsanierung. Das Ziel: Verbesserung der Energieeffizienz auf KfW-55-Niveau.





Natürlich wurde auch auf die umliegende Natur besondere Acht gegeben: Bäume in Gebäudenähe? Die blieben stehen – dank eines eigens überbauten Ringlockgerüsts unserer Schwester-Division Doka. Das Ergebnis: nachhaltiger Wohnraum – modernisiert mit Sinn, Weitblick und einem Team, das nicht nur umbaut, sondern vorausschauend weiterdenkt.



- 📍 Wolfenbüttel, Deutschland
- ✓ General Contracting
- 🏠 Real Estate & Shopping Malls

Damit aus guten Ideen erfolgreiche Läden werden, braucht es zuerst ein durchdachtes Konzept. Unsere Consulting-&-Value-Engineering-Experten wie auch unsere Digital-Retail-Profis bieten Ihnen die ganzheitliche Planung und Entwicklung von Erlebniswelten – Store Branding par excellence. Wir arbeiten mit und für Architekten: Im gemeinsamen Kreativprozess entwickeln wir Ihre Ideen weiter. Die Vernetzung vielfältiger Kompetenzen zu einem rolloutfähigen Ergebnis ist dabei täglich gelebte Praxis.

We think
retail conc



cepts

DESIGN CONSULTING
DIGITAL CONSULTING
VALUE ENGINEERING
DESIGN ENGINEERING



Ein Königreich für Kinderträume



Get in touch!
consulting@umdasch.com

Puppenkönig. Die äußere Hülle, die an eine ritterliche Burg erinnert, lässt es bereits erahnen: Hinter diesen Store-Mauern warten Abenteuer. Und die Erwartungen werden nicht enttäuscht – im Gegenteil. Denn mitten im Herzen der Bonner Innenstadt haben die Store Makers dem traditionsreichen Spielwarenladen Puppenkönig neues Leben eingehaucht. Und damit einen Ort geschaffen, der Kindheitsträume weckt.



Vom Design über den Ladenbau bis zum Digital Retail setzten Puppenkönig und PLAYMOBIL® auf die geballte Kompetenz der umdasch Store Makers, die deren Vision eines Hauses, das weit über den klassischen Verkauf von Spielzeug hinausgeht, in ein eindrucksvolles Erlebnis-Königreich für Klein und Groß verwandelt haben.

„Hier regieren Kinder“ ist bei Puppenkönig nicht bloß ein Claim, sondern gelebte Realität. Schon beim Betreten des denkmalgeschützten Gebäudes wird klar: Hier würde mit viel Herz und Ideenreichtum geplant. Die Designer von umdasch tauchten ein in die bunte Welt von PLAYMOBIL® – und konnten dabei selbst wieder ein Stück Kind sein. Auf rund 800

Quadratmetern, aufgeteilt auf drei Etagen, entwickelten sie eine Kulissenlandschaft, welche die kleinen Besucher auf eine Reise durch inspirierende Spielwelten entführt: Lebensgroße Figuren, detailreiche Szenarien und interaktive Elemente lassen die Grenze zwischen Realität und Fantasie verschwimmen. Im „Novelmore“-Ritterreich kühne Schlachten schlagen oder im Polizeirevier gar den Papa hinter Gitter bringen? Alles ist möglich. Denn im Puppenkönig haben die Kids das Sagen.

Die einzelnen Erlebnisbereiche basieren auf den beliebtesten PLAYMOBIL®-Reihen und wurden in zahlreichen, gemeinsamen Workshops zu einem stimmigen Point of Emotion kombiniert.



Die Store Makers konnten dabei nicht nur mit ihrem visionären Design und der hochwertigen Handwerkskunst, sondern auch mit digitaler Magie überzeugen. Interaktive Screens, Sensoren und audiovisuelle Installationen verwandeln den Puppenkönig in ein Spielerlebnis für alle Sinne. In Form von Avataren oder mittels Touchscreens können die Kids in einer intergalaktischen Mission durchs Weltall jagen oder als mutige Feuerwehrfrau brennende Häuser löschen – und sich dabei wie echte Helden fühlen.

Ein Highlight ist zudem die eigens entwickelte, flexible Eventbühne, die mit regelmäßigen Showprogrammen und Veranstaltungen bespielt wird. Während die kleinen Gäste in ihr eigenes Abenteuer eintauchen, finden Erwachsene in der Puppenküche – dem integrierten Bistro – einen Rückzugsort. Der Einkauf wird so zum entspannten Familienausflug. „Es war mir eine besondere Freude, dieses Projekt für Puppenkönig zu begleiten und ein für Kinder aber auch für Erwachsene ansprechendes Konzept zu gestalten. Kreative und außergewöhnliche Erlebniswelten wie diese sind es, die meinen Job als Designer bei umdasch so spannend machen. Das gemeinsame Ziel war, die faszinierende Welt der Spiele zum Leben zu erwecken

sowie ein immersives Spielerlebnis zu schaffen“, so Maik Drewitz, Director Shop Consult bei umdasch in Duisburg.

Mit dem neuen Puppenkönig ist ein Leuchtturmprojekt entstanden, das zeigt, was moderner stationärer Handel leisten kann. Für Kinder ist es eine Bühne, auf der sie sich entfalten können. Für Eltern ein Ort der Entschleunigung. Und für die Stadt Bonn ein Aushängeschild, wie sich Tradition und Innovation vereinen lassen. Im Zentrum des Konzepts steht das Spüren und Entdecken einer ganzen Welt – nämlich der von PLAYMOBIL®, Ravensburger® und Co. Und so öffnet der traditionsreiche Puppenkönig heute seine Türen nicht mehr nur für Kunden, sondern für Abenteurer, Helden, Zauberer und Entdecker.

📍 Bonn, Deutschland

📏 800 m²

✓ Concept, Design, Planning, Value Engineering, Manufacture, Installation, Shop Equipment
Digital Solutions: Digital Signage, Interactive Applications, Software Development

✂ umdasch

🏠 Leisure





„Unser Ziel war es, einen Ort zu schaffen, an dem Kinder spielen und träumen können, während Erwachsene durchatmen und genießen.“

ALEXANDER JENTSCH
GESCHÄFTSFÜHRER VON PUPPENKÖNIG



Setur Duty Free MARKTPLATZ TRIFFT ABFLUGHALLE

Ein Flughafen ist ein Ort des Aufbruchs – und auch des Ankommens: Zum Beispiel im Shopperlebnis. Für die neuen Duty-Free-Bereiche in den Terminals 1 und 2 am Flughafen Köln/Bonn hat umdasch The Store Makers ein offenes, marktplatzzähnliches Konzept realisiert, das Regionalität, Flexibilität und Nachhaltigkeit vereint. Ob das „Kölner Brückengrün“ an den Fassaden, rosa Blüten als Hommage an die Bonner Kirschblüte oder die Skulptur des Kölner Doms – jedes Detail erzählt eine Geschichte. Die Store Makers übernahmen dabei nicht nur das Design, sondern auch Ladenbau und General Contracting.





Trotz kurzer Umbauzeit im Sicherheitsbereich entstand ein Ort mit hoher Aufenthaltsqualität: mit Sitzinseln, Eventflächen, modularen Möbeln, digitalen Services und einem durchdachten Nachtabschluss ohne klassische Fassaden. Das Ergebnis: ein Travel-Retail-Erlebnis, das nicht nur zum Kaufen, sondern zum Verweilen einlädt – und Köln/Bonn als Standort spürbar macht.



- 📍 Köln, Deutschland
- 📏 1.500 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, General Contracting, Manufacture, Installation, Shop Equipment, Lighting
- ✂️ umdasch
- 🛍️ Travel Retail

Museumsshop Oberes Belvedere

EIN STILVOLLER ABSCHLUSS FÜR GROSSE KUNST

Wo Klimt, Schiele und van Gogh zuhause sind, darf auch der Museumsshop glänzen. Für das Obere Belvedere in Wien gestaltete umdasch The Store Makers eine Verkaufsfläche, die sich mit zeitloser Eleganz in die historische Architektur einfügt. Auf 100 Quadratmetern entstand ein Raum, der Kunst und Kommerz harmonisch verbindet – mit hochwertigen Materialien, klarer Formensprache und



viel Feingefühl für den Ort. Besonders edel: die mit Stein verkleideten Kassen- und Mittelraummöbel, die wie skulpturale Elemente wirken. Die gesamte Einrichtung wurde von umdasch gefertigt und montiert – präzise, hochwertig und mit Respekt vor dem kulturellen Kontext. Das Ergebnis ist ein Shop, der nicht nur Produkte präsentiert, sondern auch das Erlebnis Museumsbesuch stilvoll abrundet. Ein Shop, der zeigt: Auch im Detail lebt die Kunst weiter.

- 📍 Wien, Österreich
- 📏 100 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, Value Engineering, Manufacture, Installation, Shop Equipment, Lighting
- 🛠️ umdasch
- 🛍️ Leisure



Doka @Bauma 2025 EIN MESSEAUFTTRITT DER SUPERLATIVE

Ein 30 Meter hoher Turm als Blickfang. Drei Hallen als Erlebniswelt. Und mittendrin: die Marke Doka. Zur Bauma 2025 entwickelten die Store Makers für ihre Schwester-Division ein Messedesign, das Maßstäbe setzt. Das zonierte Hallenkonzept sorgte für Orientierung und Erlebnis zugleich: von der Event-Area mit eindrucksvoller Bühne und gigantischem Gerüstturm, über die Produktwelt mit den neuesten Schalungs- und Digital-Lösungen bis hin zur großzügigen



Hospitality-Zone mit 300 Sitzplätzen. Willkommen geheißen wurden die Besucher in einer offenen, markenstarken Atmosphäre, die die Werte der Schalungs- und Gerüstexperten bis ins Detail transportierte – etwa mit dem Doka Fanshop, den die Store Makers als schlüsselfertigen Retail Space realisierten. Das modulare Gesamtkonzept vereinte Markenwirkung und Funktionalität – und machte den Partner für den Bau auf 4.500 Quadratmetern eindrucksvoll erlebbar.



- 📍 München, Deutschland
- 📏 4.500 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, Value Engineering, Design Engineering, Manufacture, Installation
- 🛠 umdasch
- 🏢 Industrial Brands

nordlicht SPEISEN IM HYGGE-AMBIENTE

Mit der Umgestaltung des Hauses erhielt auch das Restaurant im Dodehof Kaltenkirchen ein neues Gesicht. Und einen Namen, der Programm ist. Das „nordlicht“ steht für eine nordisch-helle Wohlfühlumgebung und wurde – inspiriert vom Hygge-Gedanken – offen, freundlich und einladend gestaltet. Auf 400 Quadratmetern entstand ein Bedienrestaurant, das regionale Küche, selbstgemachte Spezialitäten und entspanntes Verweilen vereint. Die verschiedenen Bereiche – von der Barista-Bar über den Marktplatz bis hin zur Galerie mit Blick ins Atrium – orientieren sich an den kulinarischen Bedürfnissen der Gäste. Unterschiedliche Sitzmöbel, Tischformate und Zonen schaffen Raum für Individualität: ob zu zweit, mit Familie oder auf einen Kaffee allein. Die Store Makers lieferten Design, Konzept und Planung für ein gastronomisches Erlebnis, das den Zeitgeist trifft und Gäste jeder Generation willkommen heißt.



Individualität: ob zu zweit, mit Familie oder auf einen Kaffee allein. Die Store Makers lieferten Design, Konzept und Planung für ein gastronomisches Erlebnis, das den Zeitgeist trifft und Gäste jeder Generation willkommen heißt.



- 📍 Kaltenkirchen, Deutschland
- 📏 400 m²
- ✓ Concept, Design, Planning
- 🔗 Dodehof Posthausen Immobilien und Dienstleistungs KG
- 🍽️ Food & Beverage

REWE Motta MIT SORGFALT GEWACHSEN

Als die ersten Gespräche zum neuen REWE-Markt in Leutkirch begannen, war schnell klar: Es sollte kein gewöhnlicher Supermarkt entstehen. Vielmehr ein Ort, der durch seine Gestaltung Orientierung bietet, durch Atmosphäre überzeugt und den Einkauf zum angenehmen Erlebnis macht. Mit dieser Vision im Gepäck begleitete umdasch The Store Makers das Projekt von Anfang an. Nicht als Lieferant, sondern als Partner auf Augenhöhe und ganzheitlich von der Planung bis zur Fertigung und Montage der gesamten Ladeneinrichtung. Dabei entstand ein Store, der durch seine klare Struktur und liebevollen Details überzeugt. Beispiele dafür sind das individuell entwickelte Blumen- und Kräuterregal sowie die Obst- und Gemüseabteilung, die so konzipiert wurde, dass sie Frische und



Vielfalt sichtbar macht. Der Kiosk-Bereich bietet Raum für spontane Pausen, während die Weinabteilung mit ihrer ruhigen, hochwertigen Gestaltung zum Stöbern einlädt. Besonders charmant: die Bakery Box, die mit ihrer offenen Gestaltung und passenden Beschriftungen und den Duft frischen Gebäcks vermittelt – fast wie beim Bäcker ums Eck.



- 📍 Leutkirch, Deutschland
- 📏 2.295 m²
- ✓ Concept, Design, Design Engineering, Manufacture, Installation, Shop Equipment
- 🏪 Food Retail

Musikhaus Thomann EIN RAUM FÜR KLANG UND KREATIVITÄT



Wer das neue Musikhaus Thomann betritt, spürt sofort: Hier geht es nicht nur um Instrumente – hier geht es um Leidenschaft. Auf 690 Quadratmetern haben die umdasch Store Makers einen Ort gestaltet, der Musikerherzen höherschlagen lässt. Jeder Bereich erzählt seine eigene Geschichte – vom eleganten Brass-Raum mit samtbezogenen Stühlen bis zum rockigen Drum-Bereich im Industrial-Flair.

Anspielräume mit Glasfronten, flexible Regalsysteme, digitale Touchpoints und ein durchdachtes Leitsystem machen den Store zu einem einzigartigen Erlebnis. Besonders beeindruckend: der Raum der 1001 Becken und der leuchtende Tubentrichter im Zentrum des Brass-Bereichs. Die größte Herausforderung? Jedes Instrument verlangt eine eigene Bühne – und umdasch hat sie entworfen. Mit Feingefühl, Funktion und einem Gespür für Klangwelten.

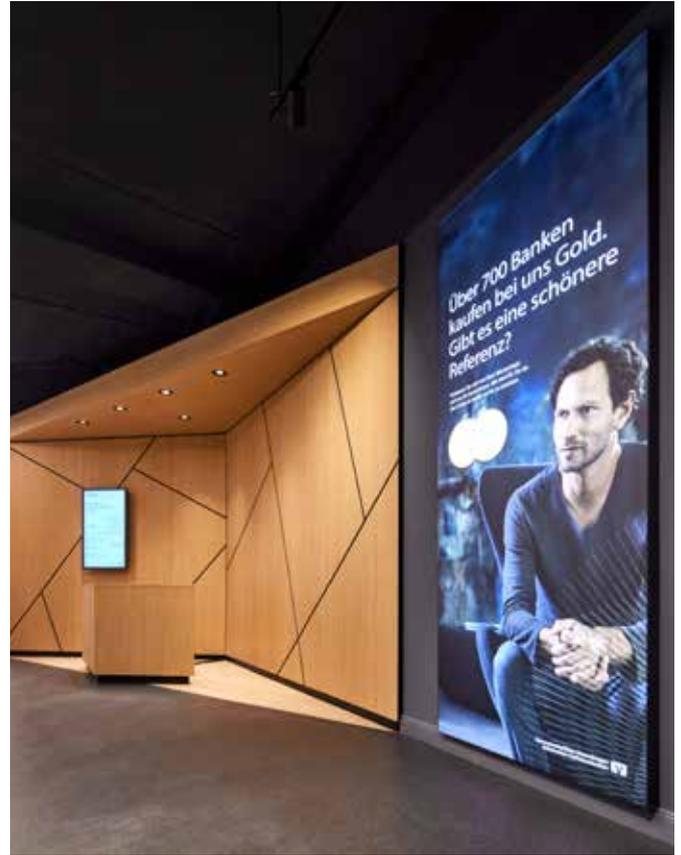




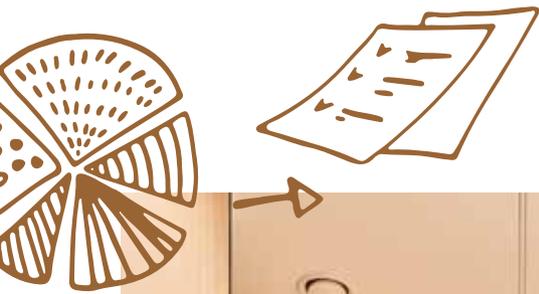
- 📍 Burgebrach-Treppendorf, Deutschland
- 📏 690 m²
- ✓ Concept, Design
- ✂ umdasch
- 🛋 Leisure

Reisebank GOLD TRIFFT GESTALTUNG

Mitten in München, direkt am Stachus, hat umdasch The Store Makers für die Reisebank eine Filiale geschaffen, die mehr ist als ein Ort für Edelmetallhandel – sie ist ein architektonisches Statement für Vertrauen, Wertigkeit und Diskretion. Der polygonale Grundriss wurde zum gestalterischen Leitmotiv: Vieleckige Formen ziehen sich durch Wände und Materialien, schaffen Orientierung und laden zum Erkunden ein. Hochwertige Oberflächen in Steinoptik, Eiche und edlem Weiß spiegeln die Exklusivität des Sortiments wider.



Die Raumstruktur ermöglicht nicht nur intuitive Wegeführung, sondern auch Rückzugsorte für persönliche Beratung. Ein separater Präsentationsraum bietet den perfekten Rahmen für vertrauliche Gespräche – fernab vom Trubel. Die neue Filiale ist damit nicht nur Verkaufsfläche, sondern auch Bühne für Events und Wissensvermittlung rund um Edelmetalle. Ein Ort, der Kompetenz ausstrahlt – und Kunden das gute Gefühl gibt, mit ihren Werten am richtigen Ort zu sein.



- 📍 München, Deutschland
- 📏 137 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, Value Engineering, Design Engineering, General Contracting, Manufacture, Installation, Shop Equipment, Lighting
- 🔧 umdasch
- 🏪 Retail Banking

FC Bayern Store INDUSTRIAL FLAIR FÜR DIE BESTEN FANS DER WELT

Mitten in der Münchner Altstadt, nur einen Steinwurf von der FC Bayern World entfernt, öffnete ein neuer Anziehungspunkt für Fußballbegeisterte: Der FC Bayern Store. Auf 400 Quadratmetern inszenierten die Store Makers ein Ladenbau-Konzept, das Herz und Haltung der Marke in jedem Detail widerspiegelt. Beton, schwarze Elemente und warme Holztöne schaffen ein modernes, urbanes Ambiente mit Industrial-Charme. Bestehende Möbel wurden behutsam integriert, neue Highlights gezielt gesetzt – wie die ovalen Tische im Zentrum, die Fanartikel wirkungsvoll zur Geltung bringen. Und über allem schwebt – als emotionale Hommage an den Club – ein überdimensionaler



Fanschal. Ein Store, der Tradition mit Zeitgeist verbindet und Fans aller Generationen begeistert. Konzept, Design, Ladenbau und Montage stammen aus der Hand der Store Makers. Die Fans, die den Store erst so richtig zum Leben erwecken, aus den Reihen des FC Bayern München.



- 📍 München, Deutschland
- 📏 400 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, Value Engineering, Design Engineering, Manufacture, Installation, Shop Equipment
- Digital Solutions:** Concept & Creation
- ✍ umdasch
- 👜 Sports

Leonardi GEMEINSAM SCHMECKT'S EINFACH BESSER

Wie schmeckt ein Ort, an dem man kurz dem Alltag entfliehen kann? In der Manufaktur von Leonardi in Wien wird diese Frage kulinarisch und gestalterisch beantwortet – mit frischen Gerichten für Unternehmen ohne eigene Kantine und einem ausgereiften Raumkonzept von umdasch The Store Makers, das Genuss und Gemeinschaft in den Mittelpunkt stellt. Von der ersten Idee über Design und Planung bis zur Montage vor Ort begleiteten die Store Makers das Projekt ganzheitlich. Entstanden ist ein Ort, der mit warmen Holztönen, farbenfrohen Akzenten und durchdachter Raumaufteilung zum Verweilen einlädt. Neben dem klassischen Kantinenbereich realisierte umdasch auch einen Café-Bereich mit Showroom-Charakter für digitale Modullösungen – flexibel, modern und inspirierend. So wird Mitarbeiterverpflegung zum Erlebnis, das verbindet – mit einem Raum, der so individuell ist wie die Menschen, die ihn nutzen.



- 📍 Wien, Österreich
- 📏 401 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, Manufacture, Installation, Shop Equipment
- 🔧 umdasch
- 🍽️ Food & Beverage

Stadtwerke Amstetten ENERGIEZUKUNFT ZUM ANGREIFEN

Ein Ort, an dem Zukunft greifbar wird: Mit dem neuen Service Point der Stadtwerke Amstetten entstand ein Raum, der Nachhaltigkeit und Dialog in den Mittelpunkt stellt – ohne dabei das klassische Angebot an Weißware aus den Augen zu verlieren. Auf rund 400 Quadratmetern verwandelten die Store Makers von umdasch den ehemaligen Kundenbereich in ein innovatives Energiezentrum, das weit über Beratung hinausgeht. Unter dem Motto „Energiezukunft zum Angreifen“ werden ökologische Themen erlebbar gemacht – durch interaktive Elemente, flexible Pop-up-Bereiche und eine offene Raumarchitektur, die Begegnung fördert. Herzstücke sind ein "Place-and-Learn-Tisch", an dem 3D-Modelle spielerisch Wissen vermitteln, sowie das „Strom-Öko-Haus“, das auf anschauliche Weise zeigt, wie Energie im Haushalt





effizient genutzt werden kann. Das Thema Nachhaltigkeit wird auch im Detail spürbar – von Trinkbrunnen und Nachfüllstationen bis hin zu modularen Möbeln für wechselnde Inszenierungen und Events. Von der ersten Idee bis zur Umsetzung realisierte umdasch ein ganzheitliches Konzept, das Service, Bildung, Erlebnis und Verkauf auf zeitgemäße Weise vereint – und damit zeigt, wie die Zukunft in der Stadt vor Ort erlebbar wird.



- 📍 Amstetten, Österreich
- 📏 400 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, Value Engineering, Design Engineering, Manufacture, Installation
- ✂️ umdasch
- 🛠️ Service Provider

We make stores happen

PROJECT MANAGEMENT
ENGINEERING
PRODUCTION & PROCUREMENT
LOGISTICS
INSTALLATION & ROLLOUT





Maßgeschneiderte Qualität zu sicheren Terminen und wettbewerbsfähigen Preisen bilden das Rückgrat unseres Geschäfts. Unsere Projektmanager und Handwerker sorgen für eine professionelle Koordination aller Einzelleistungen. Spezialisiert auf effiziente und effektive Abwicklung von Aufträgen, bewältigen sie Projekte jeder Art und Größenordnung. Und bleiben dabei auch unter höchstem Zeit- und Budgetdruck gelassen und auf Augenhöhe.

Knightsbridge's Finest



Get in touch!
projectmanagement@umdasch.com

Harrods. Es gibt Orte, an denen sich Geschichte nicht nur zeigt, sondern fortschreibt. Harrods ist ein solcher Ort. Wer durch die Hallen des weltberühmten Department Stores streift, taucht ein in eine Welt aus britischer Seele, architektonischem Glanz und gelebtem Luxus. Seit mehreren Jahren begleiten wir das Londoner Kaufhaus bei ausgewählten Umbau- und Modernisierungsprojekten. Entdecken Sie auf einer Tour durch Harrods' neueste Signature Areas, wie sich das Traditionshaus eindrucksvoll in Szene setzt – und wie die Store Makers die Bühne dafür geschaffen haben.

**Ein Statement mit Stil
Women's Designer Collections Department**

Die Tour beginnt in einer Abteilung, die keine Trends zeigt, sondern sie definiert: Das Women's Designer Collections Department vereint das „Who is Who“ der internationalen Luxusmode unter einem Dach. Jedes Label hat hier Raum für seinen eigenen Charakter, während das elegante Gesamtkonzept mit klaren Linien, warmem Licht und edlen Materialien wie Marmor und Samt für Harmonie sorgt. Die Gestaltung lässt die Kunden intuitiv durch die Räume gleiten, vorbei an

raffiniert integrierten Shop-in-Shop-Lösungen, maßgefertigten Möbeln und opulenten Umkleidekabinen. Ein in den Raum eingebetteter Pavillon setzt architektonische Akzente und gibt dem Department seine unverwechselbare Signatur. Es ist ein Ort, an dem man nicht nur einkauft, sondern sich inspirieren lässt. Für umdasch The Store Makers bedeutete dieses Projekt: höchste Präzision in Planung, Fertigung und Montage sowie einen weiteren Meilenstein in der langjährigen Zusammenarbeit mit Harrods und dem renommierten David Collins Studio.



„Dieses Projekt repräsentiert
das Beste aus zwei
Welten – herausragendes
Design gepaart mit
exzellenter
Handwerkskunst.“

STEPHEN CHAMPION
PROJECT MANAGER
PREMIUM SOLUTIONS



Luxus im Festtagsgewand Holiday & Occasions Department

Gleich ums Eck geht die Reise weiter: Von Premium-Alltagsmode zur Kleidung für die ganz besonderen Momente. Die Holiday & Occasions Rooms sind eine Hommage an die Exzellenz. Nicht nur in Sachen Mode, sondern auch hinsichtlich Design, Ausführung und Materialität. Auf rund 1.000 Quadratmetern treffen hier hochglanzpoliertes Holz, edle Stoffe und gestreifter Marmor auf klare Formen und fein abgestimmte Lichtführung.

Die beiden Bereiche verfolgen dabei dieselbe Mission: Kunden das perfekte Outfit zu bieten. Für den nächsten Trip ebenso wie für einen Galaabend. Mit vier großzügigen Anproberäumen, zwei luxuriösen VIP-Bereichen und einer Vielfalt an Premium-Marken entstanden Räume, die Rückzugsort und Bühne zugleich sind.

Für die Store Makers war dieses Projekt geprägt von Detailverliebtheit und technischer Raffinesse: Komplexe Materialien, enge Timings und gewohnt hohe Anforderungen. Mit einem Höchstmaß an planerischer Sorgfalt und handwerklicher Perfektion wurde jedes Möbelstück eigens konstruiert, gefertigt und in millimetergenauer Präzision installiert, um die gestalterische Vision von David Collins Studio und die Vorstellung von Harrods Realität werden zu lassen.



Zeitlose Schönheit in neuem Glanz The Georgian

Nach dem Einkauf ist vor der Erholung. Und kein Ort könnte dafür besser geeignet sein als dieser: Silber blitzt auf weißen Tischdecken, während Porzellan leise scheppert. Es ist 16 Uhr, Zeit für Afternoon Tea im geschichtsträchtigen The Georgian. Mit viel Respekt vor der Geschichte haben die Store Makers von umdash das ikonische Restaurant in der vierten Etage aufwendig revitalisiert. Nun entfaltet es wieder jene Eleganz, für die es einst berühmt war. Feine Farbtöne in Amethyst und Champagner, die restaurierte Kassettendecke, Spiegel mit Perlmuttertarsien und individuell gefertigte Kronleuchter erzählen die Geschichte aus der goldenen Ära der 1920er Jahre. In enger Zusammenarbeit mit dem renommierten David Collins Studio, das auch hier für das herausragende Designkonzept verantwortlich zeichnet, verwandelten die Store Makers den Raum in ein Gesamtkunstwerk, das den unverkennbaren Geist des Art Déco stilvoll ins Heute übersetzt hat.

Hier lassen sich die traditionelle Teatime oder ein besonderer Abend mit britischem Pie in einem Ambiente genießen, das nicht nur kulinarisch, sondern auch atmosphärisch Maßstäbe setzt. Denn The Georgian wurde 2025 mit dem renommierten RLI Award für „Interior Excellence“ ausgezeichnet – ein Preis, der nicht nur das Design ehrt, sondern auch die meisterhafte Umsetzung durch die Store Makers.





4th Floor
The Georgian

1st Floor
Holiday & Occasions
Women's Designer Occasions

Tour de Excellence

Was all diese Räume eint, ist mehr als ihre Lage unter dem Dach von Harrods. Es ist die Haltung, mit der sie geschaffen wurden: Kompromisslos im Anspruch, detailverliebt in der Ausführung und einzigartig im Erlebnis.

Für umdasch The Store Makers ist jedes Projekt im Rahmen der Harrods-Transformation ein Stück geliebte Partnerschaft, die geprägt ist von Vertrauen, gegenseitigem Respekt und der gemeinsamen Vision, Retail zu einer Bühne für das Außergewöhnliche zu machen.

Eine Tour im Harrods ist jedenfalls deutlich mehr als Shopping. Es ist eine Reise durch Stil und Geschichte. Geprägt von gestalterischer Präzision und handwerklicher Passion.

„Es ist immer wieder inspirierend, an solch ikonischen Innenräumen mitzuwirken – Räumen, die man einfach bewundern muss.“



ROMAN FUSSTHALER
MANAGING DIRECTOR
PREMIUM SOLUTIONS



- 📍 London, United Kingdom
- ✓ Value Engineering, Design Engineering, Manufacture, Installation
- ✂️ David Collins Studio
- 🛍️ Department Stores

Charlotte Tilbury EIN BEAUTY-WUNDERLAND ERWACHT

Mit der Eröffnung des weltweit größten Flagship-Stores im Covent Garden hat Charlotte Tilbury ein wahres Beauty-Universum geschaffen. Zum Leben erweckt wurde dieser Traum von unseren Store Makers in Zusammenarbeit mit dem Global Store Design Team von Charlotte Tilbury und Zebra Architects. Dabei war von der ersten Idee bis zum letzten Pinselstrich klar: Hier sollte kein klassischer Store entstehen. Unsere Aufgabe bestand darin, die Magie des Markendesigns in einen physischen Raum zu übertragen, in dem sich jeder Kunde wie in einem ganz persönlichen Beauty-Märchen fühlt. Und so formten wir auf rund 400 Quadratmetern ein „Beauty Wonderland“, das preisgekrönte Produkte und immersives Erlebnis in makelloser Harmonie zusammenführt.

Ein sanft geschwungener rosa Regenbogen leitet Besucher durch den Laden, intuitive Platzierung erzeugt Momente der Entdeckung und des Staunens. Highlights, wie der neue „Pillow Talk Parlour“ und der „Beauty Boudoir“ schaffen einzigartige Räume, die Kunden in privaten Masterclasses in die ikonische Welt von Charlotte Tilbury eintauchen lassen.





Die Krönung: Charlotte Tilburys allererstes Skin Spa – ein exklusiver Bereich für Gesichtsbehandlungen.

Für uns war dieses Projekt weit mehr als ein Store-Relaunch. Es ist die physische Manifestation der Vision von Charlotte Tilbury: der Schönheit Ausdruck zu verleihen und einen Ort zu schaffen, den alle Besucher als die schönste und selbstbewussteste Version ihrer selbst verlassen.



- 📍 London, United Kingdom
- 📏 400 m²
- ✓ Value Engineering, Design Engineering, Manufacture, Installation
- ✂ Charlotte Tilbury & Zebra Architects
- 🛍 Health & Beauty

HOUSE OF SILHOUETTE

DER ENTSCHIEDENDE BLICK FÜRS DETAIL



Als die Silhouette Group ihren ersten Brand Experience Store plante, wussten wir: Das wird mehr als Ladenbau. Es wird ein Erlebnis, ein echtes Statement inmitten des historischen Palais Herberstein. Hier verschmelzen Handwerk, Hightech und Markenidentität zu einem Store-Erlebnis der Extraklasse. Gemeinsam mit der Ippolito Fleitz Group haben wir eine Erlebniswelt geschaffen, bei der sich alles rund ums Thema "Sehen" dreht. Sehen lassen kann sich auch unser Leistungsspektrum, das reichte bei diesem Projekt von General Contracting über Ladenbau bis hin zu Digital Retail. Im Eingangsbereich des Erdgeschosses inszeniert eine 30 Quadratmeter große LED-Wall die Markeninhalte in brillanter Auflösung und kündigt bereits zu Beginn ein phygtales Einkaufserlebnis an. Im Obergeschoss ermöglicht die virtuelle Try-On Station das digitale Anprobieren unterschiedlicher Brillenmodelle – auch solcher, die nicht vor Ort gelagert sind.





Nachhaltige Materialien wie ECHOJAZZ aus Recycling-PET unterstreichen den Anspruch an langlebigen Ladenbau. Die originale Stiege des Palais Herberstein wurde stilvoll integriert und führt zur Markenwelt mit Refraktionsraum im Stiegenauge. Ein Projekt, das zeigt, wie umdasch Retail in eine neue Dimension führt.



- 📍 Wien, Österreich
- 📏 300 m²
- ✓ Value Engineering, Design Engineering, General Contracting, Manufacture, Installation, Shop Equipment, Lighting
- Digital Solutions:** Digital Signage
- 🔪 Ippolito Fleitz Group GmbH
- 👓 Opticians



Aranyani EIN STORE WIE EINE WALDLICHTUNG

Mitten im eleganten Londoner Stadtteil Mayfair öffnete sich eine neue Welt – grün schimmernd, natürlich und dennoch luxuriös. Der erste Flagshipstore von Aranyani, Indiens erster internationaler Luxushandtaschenmarke, ist mit einem herkömmlichen Geschäft nicht zu vergleichen: Vielmehr ist er eine Hommage an die Natur. Inspiriert von der „Göttin des Waldes“, vereint das Store Design von Kinnersley Kent Design nachhaltige Materialien, handwerkliche Präzision und spirituelle Symbolik. umdasch The Store Makers verantwortete neben dem General Contracting auch das Value Engineering sowie den Ladenbau – und formte aus Lehm, britischem Stein, irischem Marmor und recyceltem Eichenholz eine moderne Waldlandschaft. Skulpturale Formen,



wechselnde Lichtstimmungen und raffinierte Details schaffen einen Raum, der die edlen Accessoires nicht nur adäquat präsentiert, sondern auch die Werte der Marke erlebbar macht: Zeitlosigkeit, Naturverbundenheit, Eleganz.



- 📍 London, United Kingdom
- 📏 130 m²
- ✓ Value Engineering, General Contracting, Manufacture, Installation
- 🔪 KKD - Kinnersley Kent Design
- 🛒 Fashion & Accessoires

Nike House of Innovation

EIN WAHRZEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT DES SPORTHANDELS

Nach New York und Shanghai kam Paris. An der weltberühmten Avenue des Champs-Élysées inszeniert Nike im insgesamt dritten und ersten europäischen House of Innovation seine Vision vom Store der Zukunft. Der Flagship-Store ist ein immersives Erlebnis, das digitale Tools, modulare Konzepte und stimmiges Storytelling vereint. Für die Store Makers von umdasch war das Projekt ebenso prestigeträchtig wie anspruchsvoll:

Mitten in einer Zeit strenger Reisebeschränkungen und logistischer Hürden war höchste Flexibilität gefragt. Doch das Team lieferte – mit Design Engineering, Value Engineering, Ladenbau und Montage aus einer Hand. Das Ergebnis: ein Wahrzeichen des modernen Retail-Designs, das die Welt von Nike-Athleten in Szene setzt und der Community Raum für Inspiration bietet.



- 📍 Paris, Frankreich
- 📏 2.400 m²
- ✓ Planning, Value Engineering, Design Engineering, Manufacture, Installation
- 👉 Nike
- 👉 Sports

Gebr. Heinemann Plaza MARKTGEFÜHL FÜR MITBRINGSEL

Ein Hauch von Wiener Naschmarkt, inszeniert auf 2.000 Quadratmetern. Und das nicht im 6. Wiener Gemeindebezirk, sondern mitten am Flughafen Wien: Mit der Erweiterung des Gebr. Heinemann Duty-Free-Stores realisierten die Store Makers den größten Travel-Retail-Shop Österreichs. Pavillonartige Marktstände gliedern den Raum, inspiriert von Wiens bekanntester Genussmeile. Rosébronze, Terrazzo, Eiche und Marmoroptik schaffen ein luxuriöses Ambiente für Sneaker, Sonnenbrillen, Nischendüfte & Co. Besonders gefragt: regionale Spezialitäten und edle Mitbringsel „Made in Austria“. In kürzester Bauzeit setzten die Store Makers von umdasch das Projekt in mehreren Phasen um – mit umfassendem Projektmanagement, präzisiertem Ladenbau und großer Detailliebe. Mit dem Ergebnis eines immersiven Einkaufserlebnisses, das Ästhetik und Funktionalität





vereint sowie Reisende auf den ersten Blick begeistert. Ein weiteres Kapitel einer erfolgreichen Partnerschaft – und ein Leuchtturmprojekt für Travel Retail am Flughafen Wien.

„Das Ergebnis ist ein wirklich beeindruckender Shop, der unseren hohen Ansprüchen an Design und Funktionalität in vollem Umfang gerecht wird.“

JUAN HILDEBRAND
HEAD OF DESIGN CONCEPT
BEI GEBR. HEINEMANN



- 📍 Wien, Österreich
- 📏 2.000 m²
- ✓ Value Engineering, Manufacture, Installation
- ✂ Gebr. Heinemann
- 🛍 Travel Retail



La Moda Bernado EIN STÜCK ITALIEN IN VORARLBERG

Wenn italienisches Lebensgefühl auf österreichische Handwerkskunst trifft, entsteht ein Store wie La Moda Bernado. Pünktlich zum Frühlingsbeginn verwandelten die Store Makers das Traditions Haus im Herzen Dornbirns in ein stilvolles Modeerlebnis mit mediterraner Seele. Inspiriert von der sizilianischen Insel Pantelleria – der Heimat der Inhabersfamilie – erzählen Materialien wie Naturstein, Bambus und raues Feinsteinzeug von Sonne, Leichtigkeit und Authentizität. Bogenformen prägen die Architektur, ein raumhoher Olivenbaum verbindet beide Etagen. Die Umkleiden erinnern an eine italienische Piazza, der Kassenbereich an ein charmantes Café. Duftender Espresso und ein besonderer Abschied am Checkout inklusive. Von der ersten Skizze bis zur letzten Schraube übernahmen die Store Makers von umdasch Konzeption, Design, Generalunternehmung und Ladenbau – und schufen so einen Ort, der nicht nur Mode zeigt, sondern eine Familiengeschichte erzählt. Ein Store, so herzlich und charaktervoll wie die Menschen dahinter.

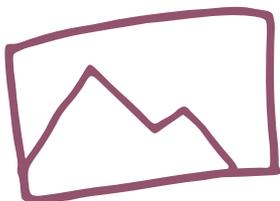




„Bei La Moda Bernardo konnten wir eine durchdachte Zonierung mit emotionaler Markeninszenierung kombinieren und dadurch ein ganz besonderes Flair schaffen.“



JULIA MITTEREGGER
SHOP CONSULT DIRECTOR
PREMIUM SOLUTIONS



- 📍 Dornbirn, Österreich
- 📏 350 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, General Contracting, Value Engineering, Manufacture, Installation, Lighting
- ✍ umdasch
- 👜 Fashion & Accessories

adesso WO ARBEIT AUF ATMOSPHERE TRIFFT

Ein Ort, der alles kann: Rückzug und Austausch, Konzentration und Kreativität. Für den IT-Dienstleister adesso realisierten die Store Makers von umdasch den kompletten Innenausbau der neuen Geschäftsstelle in Nürnberg – auf 4.600 Quadratmetern, mitten im Seetor City Campus. Das Herzstück findet man in der fünften Etage: Dort erwartet die Mitarbeiter neben einem Gaming Room auch ein loungeartiger Aufenthaltsraum mit flexibler Bar. Räume, die zur Erholung einladen, aber ebenso für Events oder Schulungen genutzt werden können. Trotz der großen Räume und





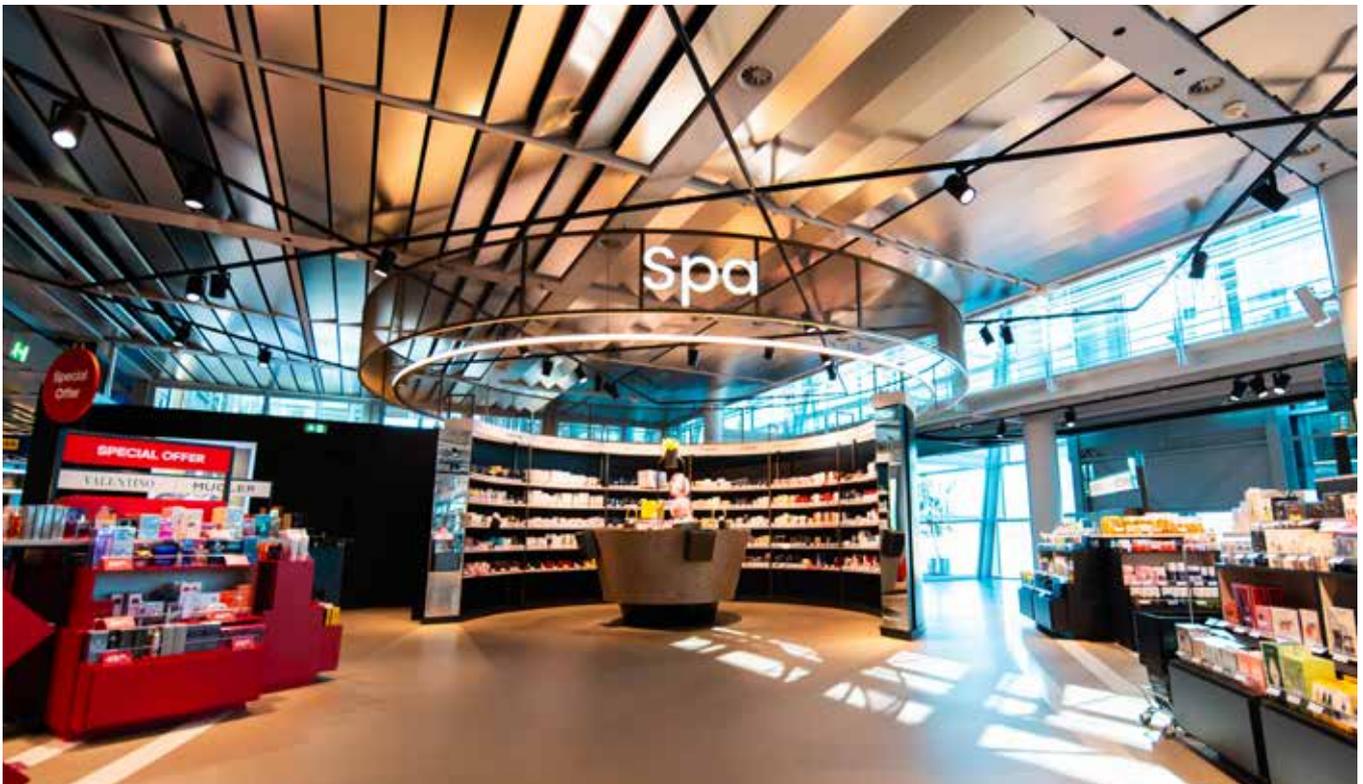
hohen Decken sorgen durchdachte Akustikkonzepte für Ruhe in allen Bereichen. Maßgeschneiderte Einbaumöbel, Küchenzeilen und Schließfächer runden das moderne Arbeitsumfeld ab. Ein Büro, das New Work nicht nur verspricht, sondern auch wirklich lebt.



- 📍 Nürnberg, Deutschland
- 📏 4.600 m²
- ✓ Manufacture, Installation
- 🔗 raumkontor
- 🏢 Office

Smartseller, Flughafen Nürnberg TRAVEL RETAIL NEU GEDACHT

Am Flughafen Nürnberg eröffnete Smartseller eine neue Dimension des Reisens: Auf 1.100 Quadratmetern verschmelzen Duty-Free-Shopping, hochwertige Gastronomie und regionales Flair zu einem Erlebnis, das weit über klassischen Travel Retail hinausgeht. umdasch The Store Makers übernahm das gesamte Projektmanagement im Ladenbau und sorgte mit Möbeln, Gastroelementen und markanten Lichtskulpturen für eine reibungslose Umsetzung. Highlights wie die zentrale Weinbar, ein Biergarten mit echten Fässern oder der großzügige Spa-Bereich für Parfum und Kosmetik machen den Store zu einem Ort der Begegnung, Inspiration und Entschleunigung. Flexibel kombinierbare Genussinseln, elegante Regalsysteme und eine eindrucksvolle Lichtdramaturgie schaffen Orientierung und Atmosphäre zugleich.





Mit Smartseller setzen die Store Makers ihre langjährige Travel-Retail-Expertise fort und realisieren ein Konzept, das moderne Reisende gleichermaßen begeistert, überrascht und willkommen heißt – vom schnellen Coffee-to-go bis zum genussvollen Ausklang der Reise.



- 📍 Nürnberg, Deutschland
- 📏 1.100 m²
- ✓ Manufacture, Installation, Shop Equipment, Lighting
- 🔪 Smartseller
- 🛍️ Travel Retail

We produce shop equipment

SHELVING SYSTEMS
FREESTANDING SYSTEMS
BESPOKE FURNITURE
POP

Wir verstehen uns auch als Hersteller von zweckgemäßen Möbeln für den Einzelhandel. Unsere vielseitigen Fertigungen liefern ausgereifte Programme von Regal- und Shopsystemen für alle Branchen. So decken wir Ihren gesamten Bedarf verlässlich ab: von maßgeschneiderten, projektspezifischen Speziallösungen bis hin zu Serienproduktionen für reibungslose Rollouts. Unsere Partner runden dieses umfangreiche Sortiment ab. Und so können wir jederzeit passgenaue Store-Lösungen nach Ihren Bedürfnissen anbieten.



Von Holz bis Hightech



Get in touch!
shopequipment@umdasch.com

Toyota. In der heutigen Zeit ist das Einkaufserlebnis fast schon Teil des Produktes selbst. Für den größten Autobauer der Welt Anlass, das eigene Showroom-Design neu zu denken. Bis zum Jahr 2027 möchte Toyota sein neues Retail-Konzept im europäischen Markt ausgerollt haben – mit umdasch The Store Makers als internationalem Ladenbau-Partner. Innerhalb von knapp drei Jahren wurden im Zuge der Zusammenarbeit bereits über 900 Showrooms in insgesamt 25 Ländern realisiert.



Was macht einen Showroom heute aus? Für Toyota ist die Antwort klar: Er muss mehr sein als ein Ort, an dem Autos stehen. Er muss ein Raum sein, der inspiriert, einlädt und die Marke spürbar macht. Mit diesem Anspruch startete Toyota eines der ambitioniertesten Retail-Projekte Europas und fand in umdasch The Store Makers einen idealen Partner für die Umsetzung. Was folgte, war ein gemeinsamer Weg, der sich über ganz Europa erstreckt.

Zugegeben, mit umfangreichen Rollout-Projekten kennen wir uns aus, doch dieses zählt definitiv zu den außergewöhnlichsten. Unser internationales Ladenbau-Team reist quer durch Europa und zeichnet sich

dabei als gewohnt verlässlicher Partner aus. „Noch im Jahr 2025 soll die 1.000er-Marke überschritten werden“, freut sich Ladislav Lána, General Manager Sales am Produktionsstandort Litomyšl. Dort, im Herzen Tschechiens, wurden die Produktionskapazitäten in nur eineinhalb Jahren verdoppelt – mit neuen Hallen, modernen Maschinen und einem Team, das für Qualität brennt. Denn wenn es um Präzision, Tempo und internationale Logistik geht, ist umdasch ganz in seinem Element.

„Umfassende Rollouts sind unsere Spezialität“, bestätigt Lána, der zahlreiche weltbekannte Marken wie Toyota zu seinen Kunden zählen darf.



- 📍 Europa
- ✓ Value Engineering, Manufacture, Installation, Rollout, Shop Equipment, Lighting
- ✍ Endorfine Architects - Bratislava
- 🛒 Automotive

Dass die Automobilbranche in Bewegung ist, lässt sich nicht nur am Tüfteln und Erproben alternativer Antriebsmethoden erkennen. Ein neues Zeitalter der Fahrzeugpräsentation ist ebenfalls angebrochen und Showrooms erfahren momentan eine Renaissance mit abwechslungsreichen Konzepten. Der gemeinsame Nenner: maximale Aufenthaltsqualität und ein Einkaufserlebnis, das die jeweilige Marke spürbar in den Vordergrund rückt. Dabei stets im Zentrum steht der Kunde und dessen individueller Wunsch, ein ideales Fahrzeug zu finden.

Das neue Konzept bietet vielerlei Möglichkeiten die Marke und Fahrzeuge von Toyota kennenzulernen. Der zentrale „Customer Hub“, das pulsierende Herz jedes Showrooms, lädt ein zu einer Reise der Entdeckung – in einer Atmosphäre, die mehr Lounge als Ausstellungsraum ist. Hier, umgeben von warmen Holztönen und einladenden Sitzgelegenheiten, wird der Autokauf zum entspannten Erlebnis. Die „HERO wall“, eine monumentale LED-Wand, wirkt wie ein Portal, das die Besucher weiter in die Welt von Toyota eintauchen lässt. umdasch orchestriert als Ladenbaupartner die Produktion

und Montage der Möbelstücke, die mehr sind als nur Ausstattung – sie sind die stummen Zeugen einer Evolution im Retail. So entsteht ein Bild, das eine Zukunft verspricht, in der jeder Besuch im Showroom ein Erlebnis ist, das in Erinnerung bleibt.

Und die Fahrzeuge? Die unterstreichen das Wohlfühlambiente, bekommen Raum um zu wirken, entdeckt zu werden und sind Teil des Gesamterlebnisses. Es wirkt fast so, als würden die Fahrzeuge im Wohnzimmer stehen, wo man sich entspannt zurücklehnt und von den Strapazen des Tages erholt – eintaucht in eine andere Welt und so der Hektik des Alltags entflieht. Toyota beweist mit diesem Projekt, dass Autokauf heute anders geht – emotional, entspannt und markenstark. Und die Store Makers zeigen, wie man solche Visionen von Kasachstan bis Portugal Wirklichkeit werden lässt.



„Es ist immer etwas Besonderes, unsere fertiggestellten Projekte in der Realität zu erleben. Ein großes Dankeschön an unseren Kunden Toyota, der uns dieses umfassende Projekt anvertraut hat.“

SILVIO W. KIRCHMAIR,
CEO BEI UMDASCH THE STORE MAKERS,
GRATULIERT DANIEL MAIBÖCK,
GESCHÄFTSFÜHRER VON AUTOHAUS
ÖLLINGER, ZUM 500. REALISIERTEN
SHOWROOM, IN DER NÄHE VON
AMSTETTEN, DEM SITZ DES
HEADQUARTERS DER UMDASCH GROUP
UND UMDASCH THE STORE MAKERS.

EDEKA Didis FRISCHE TRIFFT AUF INTELLIGENTE TECHNIK



In der EDEKA-Filiale Didis in Kürnach zeigt umdasch The Store Makers, wie moderne Ladenbaulösungen den Alltag im Markt revolutionieren können. Als Pilotprojekt ging hier die erste Smart Bakery Box in den Live-Betrieb – ein drei Meter langes Möbelstück, das nicht nur frische, unverpackte Backwaren präsentiert, sondern auch mitdenkt. Ausgestattet mit präzisen Wiegesensoren kommuniziert die Box direkt mit der KI-gestützten Software von AIPERIA. Jede Gewichtsänderung wird in Echtzeit analysiert, um punktgenau zu berechnen, welche Produkte nachgebacken oder aufgefüllt werden müssen. So bleiben die Regale frisch, Retouren sinken und die Mitarbeitenden erhalten klare, digitale Handlungsempfehlungen. umdasch übernahm die Umsetzung von der technischen Ausstattung bis zur Integration ins Marktumfeld – und schuf ein Möbel, das Frische, Effizienz und digitale Intelligenz vereint. Ein gelungenes Beispiel dafür, wie Retail durch smarte Lösungen neu gedacht wird.





„Unser Ziel mit der Smart Bakery Box ist es, wichtige Kernprozesse im Lebensmittel-einzelhandel zu digitalisieren, zu optimieren und effizienter zu gestalten.“



NINA CHRISTANDL
PRODUCT MANAGER
MULTISTORE SOLUTIONS



- 📍 Kürnach, Deutschland
- ✓ Value Engineering, Manufacture, Installation, Shop Equipment
- 🏪 Food & Beverage

Coop Megastore XXL SHOPPING-ERLEBNIS

Im Coop Megastore im Centre Bahnhof Biel-Bienne wird Einkaufen zur Entdeckungsreise. Auf 5.000 Quadratmetern entfaltet sich ein Markterlebnis mit Charakter – vom Duft frischer Brote bis zur stimmungsvoll inszenierten „Wein-Cave“. Für das Team von umdasch The Store Makers in der Schweiz war es das bisher größte Projekt im Land. Auf Basis des Konzepts von Coop hat es den Store ausgestattet: Mit natürlichen Materialien, raffinierten Sonderlösungen und einem Gespür für die richtige Atmosphäre. Die Ladenbauspezialisten verantworteten die Planung, Umsetzung individueller Sonderteile sowie die Produktion und Montage zahlreicher Möbel. Holzverkleidungen und



durchdachte Designelemente ziehen sich wie ein roter Faden durch den Store und schaffen eine warme, einladende Atmosphäre.



- 📍 Biel, Schweiz
- 📏 5.000 m²
- ✓ Planning, Value Engineering, Manufacture, Installation, Shop Equipment
- 🏠 Food & Beverage



dm drogerie markt Österreich VON DER SPEZIALLÖSUNG ZUM STANDARD

Die Zusammenarbeit mit dm drogerie markt Österreich zeigt uns immer wieder: Wenn Leidenschaft für herausragenden Ladenbau auf ein vertrauensvolles Miteinander trifft, kann Großes entstehen. Bestes Beispiel: Unser Liquid Dispenser, der Kunden inzwischen österreichweit sowie in mittel- und osteuropäischen Nachbarländern eine nachhaltige Möglichkeit zur Plastikvermeidung im Alltag bietet. Von der Sonderlösung zum Standardmöbel – man könnte es schon fast als Motto der gemeinsamen Reise betrachten. Jüngstes Mitglied an Bord: die Beauty Insel, ein Präsentationsmöbel im Beauty- und Kosmetikbereich, die Produktinszenierung und optische Hervorhebung auf ein neues Level bringt. Was



das für die Store Makers bedeutet? Jährlicher Umbau von rund 200 Filialen, unzählige Regalmeter und in mittlerweile 25 Jahren Zusammenarbeit Projekte in zwölf europäischen Ländern. Besonderes Highlight zum Jahresende 2025: der Tausch von Theken für die dekorative Kosmetik in rund 360 Filialen in Österreich, abgewickelt von zwölf Montageteams, die quer durchs Land unterwegs sind.



- 📍 Europa
- ✓ Value Engineering, Manufacture, Installation, Rollout, Shop Equipment
- 🏪 Health & Beauty

SPAR LADENBAU, DER PASST



Wenn es um Ladenbau für den Lebensmitteleinzelhandel geht, setzt die SPAR Gruppe Österreich schon seit mehr als sechs Jahrzehnten auf umdasch The Store Makers. Was als Partnerschaft begann, ist heute ein eingespieltes Miteinander – mit Handschlagqualität und Innovationsgeist. Ob SPAR Markt, SPAR Gourmet, EUROSPAR, INTERSPAR oder in Tankstellen integrierte SPAR express Filialen: Jährlich realisiert

umdasch rund 100 Projekte für die SPAR Gruppe – von kleinen Nahversorger-Filialen bis zu großen Hypermärkten. Dabei reicht das Leistungsspektrum mit Standard- und maßgeschneiderten Regalelementen von Frischebereichen für Obst, Gemüse, Feinkost und Convenience bis hin zu Bakery-Corthern, Kassentischen und modernen To-Go-Konzepten. Gefragt ist die Rollout-Kompetenz von umdasch auch bei internationalen Projekten in Slowenien, Kroatien und Ungarn.





Jedes Handelsformat bringt unterschiedliche Anforderungen an den Ladenbau mit sich. Eine ausgeglichene Balance aus Präzision und Flexibilität ist hierbei gefragt.

Hier zeigt sich die Stärke des Unternehmens: individuelle Möbelentwicklung, präzise Projektierung, reibungslose Logistik und professionelle Montage – alles aus einer Hand, lokal im Herzen Europas. So entsteht Ladenbau, der nicht nur funktioniert, sondern begeistert.



- 📍 Europa
- ✓ Value Engineering, Manufacture, Installation, Rollout, Shop Equipment
- 🛒 Food & Beverage

Fressnapf / Maxi Zoo MODERNER LADENBAU FÜR TIERFREUNDE

Wenn Tierliebe auf durchdachtes Design trifft, entsteht ein Ort wie der Fressnapf-Markt in Graz: hell, übersichtlich, einladend – und voller Herz. Hier beginnt die Geschichte eines Store-Konzepts, das weit über klassischen Ladenbau hinausgeht. Vom Meat-Corner im Marktstand-Look bis zum Beratungsmodul in Form eines Hauses – umdasch The Store Makers hat Räume geschaffen, die Nähe fördern



und Bedürfnisse ernst nehmen. Regale bleiben bewusst niedrig, Wege großzügig, Orientierung klar. Was in Graz begann, trägt Früchte: In fünf weiteren Ländern entstehen neue Märkte – in den Niederlanden etwa unter dem Namen Maxi Zoo – ausgestattet mit Möbeln „made in Austria“. umdasch begleitet den internationalen Rollout als verlässlicher Innenausbau-Partner, mit Erfahrung, Leidenschaft und viel Gespür für die besonderen Momente zwischen Mensch und Tier.



- 📍 Europa
- ✓ Value Engineering, Manufacture, Rollout, Installation, Shop Equipment
- ✂️ Fressnapf
- 🛒 Animal Supplies

Das Service-Beratungsmodul bietet den Konsumenten eine einladende Atmosphäre, um sich mit dem Filialpersonal auszutauschen und wertvolle Tipps zu erhalten.



Helles Holz in Kombination mit dunklen Elementen im Industrial Style – mit dem Rollout ihres neuen Future-Store-Konzepts setzt die Fressnapf-Gruppe auf modernes Flair und klare Orientierung.



BILLA PARTNERSCHAFT FÜR DEN TÄGLICHEN BEDARF

Was haben das Gewicht von 180 Elefanten und die Länge von etwa 950 aneinandergereihten Fußballfeldern gemeinsam? Sie lassen die Dimensionen erahnen, welche die Arbeit von umdasch The Store Makers für Projekte der REWE Group alleine in den letzten drei Jahren umfasste – nämlich rund 1.100 Tonnen verarbeitetes Stahlblech für Regalfächer und knapp 100



Profilierungszonen wie Obst & Gemüse oder die Weinabteilung zeichnen sich oft durch einzigartige Design-Elemente aus.

Kilometer verarbeitete Laufmeter an Steherprofilen für die Kunden BILLA, ADEG, Penny und BIPA. Wie viele Projekte das waren? Rund 450 – mit zahlreichen Highlights unterschiedlicher Handelsformate. Dazu zählen etwa der erste BILLA CORSO in Linz, eine einzigartige Vinothek im BILLA CORSO in Wien-Döbling oder die neue BILLA PLUS Beauty Zone unweit des Umdasch Group Headquarters in Amstetten (AT).



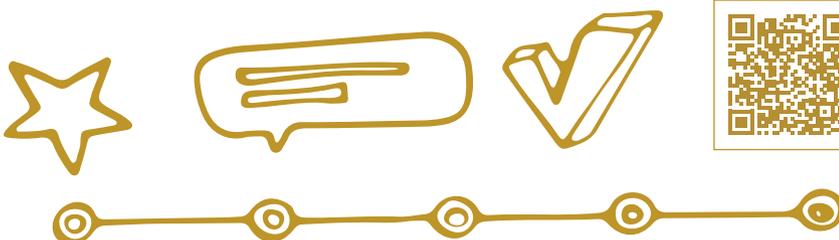


Die Eröffnung der ersten Beauty Zone setzt ein Zeichen für die Weiterentwicklung des Drogerie-Einkaufserlebnisses im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel.

Insgesamt ist von der BILLA BOX mit 60 bis zum BILLA PLUS mit über 3.000 Quadratmetern alles dabei – und zusätzliche Projekte in weiteren Ländern wie Slowakei, Tschechien und Bulgarien. Doch, mal abgesehen von den Zahlen, noch viel beeindruckender sind die Lösungen, mit denen die Store Makers die REWE Gruppe seit über 50 Jahren als Ladenbaupartner begleiten dürfen.



Diese reichen von Grundregalierung, Bake-Off-Systemen, maßgeschneiderten Profilierungszonen und effizienten Checkout-Bereichen bis hin zu überzeugenden Sonderanfertigungen. Die Chancen stehen also gut, dass Sie umdasch beim täglichen Einkauf erlebt haben.



- 📍 Europa
- ✓ Design, Value Engineering, Manufacture, Installation, Rollout, Shop Equipment
- 🏪 Food & Beverage

LM Energy WILLKOMMEN AN DER TANKSTELLE DER ZUKUNFT

Was früher ein kurzer Stopp zum Tanken war, hat heute weit mehr zu bieten: Gemeinsam mit LM Energy realisiert umdasch The Store Makers Tankstellenshops, die weit mehr bieten als Benzin und Snacks. Mit einem feinen Gespür für Funktionalität und Kundenbedürfnisse entsteht ein Ort, der zum Verweilen einlädt – mit Lounge-Bereich, kuratiertem Sortiment und digitaler Ausstattung. Drei Standorte wurden von umdasch als Innenausbau-Partner 2024 bereits erfolgreich umgesetzt und überzeugen durch hochwertige Materialien, durchdachte Raumplanung und eine Atmosphäre, die Komfort und Stil vereint. Während das Auto lädt, genießen Kunden Kaffee, stöbern im Weinregal oder entspannen. umdasch bringt dabei nicht nur jahrzehntelange Ladenbau-Expertise ein, sondern auch Innovationskraft und partnerschaftliches Denken – für Retail-Lösungen, die Zukunft gestalten.





„In Summe wollen wir uns ständig weiterentwickeln, adaptieren regelmäßig unser Store-Konzept und haben mit umdasch einen Partner an unserer Seite, der uns dabei begleitet. Mit viel Erfahrung, Ideen und Fingerspitzengefühl. Und da ist auch in der Umsetzung die Firma umdasch sicherlich führend!“



MARKUS LEIKERMOSER
GESCHÄFTSFÜHRER LM ENERGY



- 📍 Österreich
- ✓ Value Engine, Manufacture, Installation, Shop Equipment
- 🏠 Petrol Stations & Convenience Stores

Omoda & Jaecoo RAUM FÜR NEUE WEGE

Wenn neue Marken den Markt betreten, braucht es mehr als gute Fahrzeuge – es braucht Räume, die Haltung zeigen. Für den asiatischen Autohersteller Chery hat umdasch The Store Makers genau solche Räume geschaffen: Showrooms, welche die Marken Omoda und Jaecoo nicht nur präsentieren, sondern erlebbar machen. Mehr als 30 Standorte wurden bereits in Tschechien und anderen europäischen Ländern realisiert – von der Fassade bis zur Möblierung im Innenraum. Das Team in Litomyšl übernahm Planung, Produktion und Montage – mit einem Gespür für Markenidentität und technische Raffinesse. Eine eigens entwickelte Leichtbau-Fassade, ein Orientierungskonzept für Besucher und eine LED-Lichtsteuerung als visuelles Highlight machen die Showrooms zu Orten, an denen

Mobilität greifbar wird. So entsteht ein Markenerlebnis, das nicht laut sein muss, um Eindruck zu hinterlassen – sondern durchdacht, hochwertig und zukunftsorientiert.



📍 Tschechische Republik
 ✓ Concept, Design, Planning, Value Engineering, Manufacture, Installation, Rollout, Shop Equipment, Lighting
Digital Solutions: Digital Signage
 🏠 Automotive



KIA LADENBAU, DER MARKE SPÜRBAR MACHT

Ein Auto zu kaufen, soll sich nicht wie ein Termin anfühlen, sondern wie ein Erlebnis. Mit dem neuen Store-Konzept von Kia wird genau das möglich. Gemeinsam mit dem Dealer Development Team von Kia UK und Designpartner Brand Twenty Two begleitet umdasch The Store Makers den europäischen Rollout der neuen



Markenidentität von der technischen Planung über die Möbelproduktion bis zur Umsetzung und Montage vor Ort. In elf Ländern wird ein Raumkonzept implementiert, das den Autokauf neu denkt: wohnlich, hochwertig, zukunftsorientiert – denn: Der Showroom ist in zwei Welten geteilt: eine helle, futuristische Ausstellungsfläche und ein wohnlich-warmer Kundenbereich mit Lounge-Möbeln, Holzdekor und dem leuchtenden Infinity Loop als Herzstück. Hier trifft Verarbeitungstechnologie auf Atmosphäre, Beratung auf Begegnung. Mehr als 300 realisierte Showrooms bilden bereits jenen Raum, der nicht nur Fahrzeuge präsentiert, sondern Vertrauen schafft. Ein Ort, der zeigt: Mobilität beginnt mit einem guten Gefühl.



- 📍 Europa
- ✓ Value Engineering, General Contracting, Manufacture, Installation, Rollout, Design Engineering
- 🔗 Brand Twenty Two
- 🏗️ Automotive

BILLA Self-Checkout SO EINFACH GEHT EINKAUFEN

Es begann mit einer Idee: Einkaufen soll sich leicht anfühlen. Kein Anstehen, kein Stress – einfach scannen, zahlen, gehen. Gemeinsam mit shopreme hat umdasch The Store Makers diese Vision für BILLA Wirklichkeit werden lassen. Das Ergebnis: ein Self-Checkout-Ökosystem, das Kunden mit dem eigenen Smartphone durch den Einkauf begleitet – intuitiv, schnell und ganz im eigenen Tempo. Für Händler bedeutet das: flexiblere Personaleinteilung und dadurch mehr Effizienz. Herzstück ist das Zusammenspiel aus Hardware und Software, aus Scan & Go-App und smarterer Mitarbeiter-App von shopreme sowie dem Exit-Terminal von umdasch The Store Makers – ein System, das nicht nur Prozesse optimiert, sondern Vertrauen schafft.

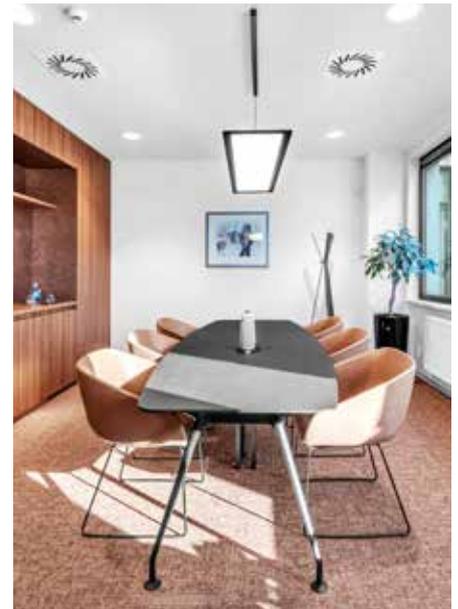
In ausgewählten BILLA-Filialen in Wien, Niederösterreich und der Steiermark bereits Realität, ist es ein Blick in die Zukunft des Handels: digital, simpel und dennoch menschlich.



- 📍 Österreich
- ✓ Manufacture, Installation
- 🏪 Food Retail

Česká spořitelna LANGFRISTIGER ROLLOUT-ERFOLG

Als Česká spořitelna im Jahr 2016 begann, ihr Filialnetz in der gesamten Tschechischen Republik neu zu gestalten, war das tschechische Team von umdasch The Store Makers von Anfang an als Innenausbau-Partner Teil dieser besonderen Reise. Mit Präzision, Verlässlichkeit und einem tiefen Verständnis für komplexe Rollout-Prozesse wurden seitdem 125 Standorte realisiert – jeder einzigartig und ein Beweis für partnerschaftliche Umsetzungskraft. Was als Projekt begann, wurde zur langfristigen und vertrauensvollen Zusammenarbeit. Weil Qualität nicht dem Zufall überlassen wird, sondern ein Ergebnis von Haltung und Handwerk ist – ein Projekt, bei dem die DNA der Store Makers spürbar wird.



- 📍 Tschechische Republik
- ✓ Concept, Planning, Value Engineering, General Contracting, Manufacture, Installation, Rollout, Lighting
- 🏠 Retail Banking

We digitalise your store

Durch die Symbiose von klassischem Ladenbau und Digital Retail schaffen die Store Makers von umdasch neue Möglichkeiten der Erlebnisinszenierung. Mit Innovationsgeist und Out-of-the-Box-Thinking setzen die Digital-Retail-Pioniere von umdasch spannende Lösungen um. Unsere Services bieten den Händlern nicht nur eine Vielzahl digitaler Instrumente und Konzepte, sie sorgen auch für die reibungslose Systemintegration und Content-Bereitstellung innerhalb des Cross-Channel-Sellings.

CONCEPT & CREATION
RETAIL TECHNOLOGY
POS MANAGEMENT
SUPPORT & OPERATION
UMDASCH EXPERIENCE PLATFORM



Kommunikation auf den Punkt gebracht.



Get in touch!
digitalretail@umdasch.com

Circle K. Was früher ein schneller Zwischenstopp war, wird heute zur Bühne für digitale Markenkommunikation. Seit 2021 begleitet umdasch The Store Makers die digitale Transformation der Tankstellenshops von Circle K (früher TotalEnergies) – mit über 7.000 Displays an mehr als 800 Standorten in Deutschland.



Was als technischer Rollout begann, ist heute ein fein orchestriertes Erlebnis: Kunden werden über fünf digitale Touchpoints durch den Shop geleitet, aufmerksamkeitsstarke Inhalte informieren, inspirieren und aktivieren. Mit dem eigens entwickelten Screen Controller und einem skalierbaren Servicepaket sorgt umdasch für maximale Verfügbarkeit und markenkonsistente Kommunikation.

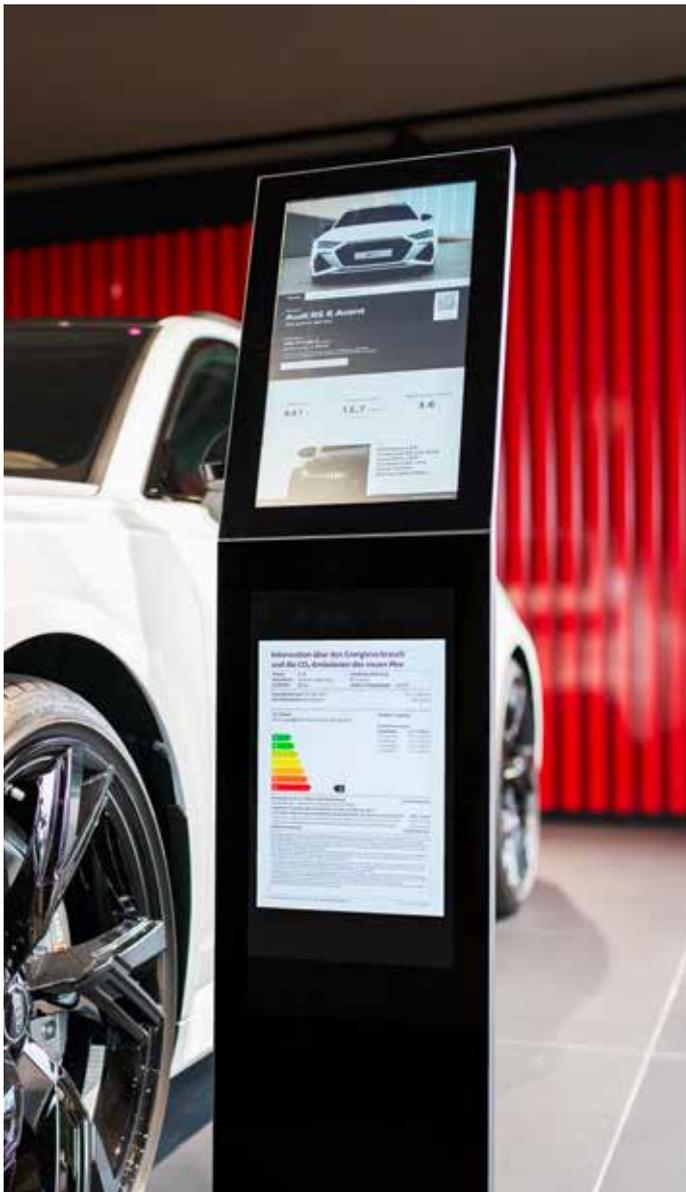
Der nächste Schritt? Unser Digital-Retail-Team hat das gesamte Content-Management übernommen und ist nun Partner von der Gestaltung bis zur Auspielung und darüber hinaus. Gemeinsam mit Circle K entsteht ein digitales Ökosystem, das Convenience neu denkt: schnell, relevant und personalisiert. Ein Projekt, das zeigt, wie Displays Geschichten erzählen und Technik Prozesse vereinfacht.



📍 Deutschland
✓ **Digital Solutions:** Concept & Creation, Installation, Digital Signage, Rollout, Maintenance & Support
🏪 Petrol Stations & Convenience Stores

Audi & Volkswagen BESTENS INFORMIERT

Wie fühlt sich Fortschritt an? Für Audi und Volkswagen beginnt er am Point of Sale – mit Informationsstelen, die Dank des harmonischen Zusammenspiels von Funktionalität und Design neue Standards in der Kundenkommunikation am Point of Sale setzen. In Zusammenarbeit mit den renommierten Automobilherstellern hat umdasch The Store Makers als Hardware-Partner an der Entwicklung dieser Lösung mitgewirkt – mit dem Ziel, einen digitalen Touchpoint zu schaffen, der über die simple Informationsvermittlung hinausgeht.



„Die Informationsstelen sind ein Beispiel für die Zukunft des Retail. Sie verbinden modernste Technologie mit ansprechendem Design und schaffen so ein einzigartiges Kundenerlebnis.“



BERND ABLB
MANAGING DIRECTOR
DIGITAL SOLUTIONS



- 📍 Europa
- ✓ Planning, Manufacture
- Digital Solutions:** Digital Signage
- 🏢 Automotive



Mit ihrer minimalistisch-eleganten Silhouette und einem integrierten Touchscreen fügen sich die Stelen perfekt in die Showrooms der beiden Automarken ein und spiegeln den modernen und hochwertigen Charakter der Marken und ihrer Fahrzeuge wider. Kunden wird damit eine spielerisch-intuitive Möglichkeit geboten, sich über die neuesten Fahrzeugmodelle zu informieren.

Das Projekt zeigt aus Sicht der Store Makers eindrucksvoll, wie aus einem maßgeschneiderten Prototypen ein serienreifes Produkt wurde, das in hoher Stückzahl und Premiumqualität gefertigt wird. Denn das Gehäuse wurde vom umdasch Digital-Solutions-Team entwickelt und mit höchster Präzision am größten Standort der Store Makers in Leibnitz (AT) produziert.

1. FC Union Berlin FANKULTUR ZUM ANFASSEN

Mitten im Berliner Einkaufszentrum ALEXA lässt seit Mai 2025 eine Fanwelt mit einzigartigen digitalen Highlights die Herzen von Fans und allen, die es noch werden wollen, höher schlagen: Das neue Union-Zeughaus ist mehr als ein Fanshop – es ist ein Ort, an dem Fankultur sichtbar, hörbar und erlebbar wird. Für den 1. FC Union Berlin hat umdasch The Store Makers ein Store-Konzept realisiert, das digitale Lösungen und emotionale Markenbindung auf 250 Quadratmetern vereint. Im Zentrum steht ein durchdachtes Digitalkonzept bestehend aus einem LED-Podest mit dynamischem Content und Video-

Rails entlang der Produktzonen. Ergänzt wird das digitale Erlebnis durch eine Fotobox im Stil der Berliner Kultboxen mit Union-Hintergrund und Ansage vom Stadionsprecher sowie einen Konfigurator für individuelle Fanartikel. In der "Trikotschmiede" können Fans ihr Trikot personalisieren und den Entstehungsprozess live mitverfolgen.





umdasch lieferte dabei nicht nur Technologie: Durch die Gesamtkonzeption und das Design entstand ein Store, der die Union-DNA in Raum, Material und Funktion übersetzt – authentisch, flexibel und mit viel Liebe zum Detail. Ein Ort, der zeigt, wie digitale Lösungen echten Mehrwert schaffen können und



sich nahtlos in einem stimmigen Gesamtkonzept wiederfinden.



- 📍 Berlin, Deutschland
- 📏 250 m²
- ✓ Concept, Design
- Digital Solutions:** Digital Signage, Concept & Creation
- 🛒 Sports

Telefónica DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT

Digitale Kommunikation beginnt am Point of Sale oft bereits mit dem ersten Blickkontakt zwischen einer Marke und ihrer Zielgruppe. Genau da setzt die Zusammenarbeit von umdasch The Store Makers und Telefónica Deutschland an. Seit 2017 betreut umdasch über 500 Standorte mit dem Ziel, das Potenzial digitaler Medien gezielt für aufmerksamkeitsstarke Vermarktungsflächen am Point of Sale zu nutzen. Mit der von umdasch entwickelten Attract Stele ist ein neues Digital-Signage-Highlight in die Stores von Telefónica Deutschland eingezogen.

Sie kann beidseitig werblich genutzt werden: Mit einem Screen werden Passanten über das Schaufenster adressiert und im Store präsentieren leicht zu wechselnde Magnetfolien aktuelle Kampagnen auf der Rückseite der Stele. Bei Bedarf ermöglicht die Stele zudem eine

hello





doppelseitige Warenpräsentation oder die Integration eines zusätzlichen Screens – ein echtes Multitalent im Retail-Umfeld. Die Stele ist somit ein weiterer Baustein in der umfassenden Zusammenarbeit. Die Digital-Retail-Spezialisten von umdasch sind dabei verantwortlich für Installation, Abwicklung und Dokumentation von Digital-Signage-Lösungen inklusive nahtloser Systemeinbindung in die umdasch

eXperience Platform und kontinuierlicher Wartung für eine dauerhaft verlässliche Performance.



- 📍 Deutschland
- ✓ **Digital Solutions:** Planning, Digital Signage, Rollout, Maintenance & Support
- 🔗 hartmannvonsiebethal the brand experience company GmbH
- 🏠 Telecommunications

hagebau WENN MARKENBOTSCHAFTEN RICHTIG SICHTBAR WERDEN

Große Filialnetze mit einer einheitlichen, aber lokal anpassbaren Markenkommunikation auszustatten war lange fast ein Ding der Unmöglichkeit. Alleine schon bei den unterschiedlichen Werbemöglichkeiten, die lokal zur Verfügung gestanden sind. Im modernen Retail alles kein Problem, wie die Digital-Retail-Spezialisten von umdasch wissen. Was es dazu braucht? Ein umfassendes Digital-Signage-Konzept, wie jenes für die hagebau-Gruppe, das neue Maßstäbe setzt. Moderne Screens sorgen für aufmerksamkeitsstarke Produktinszenierungen – flexibel, inspirierend und perfekt auf die Bedürfnisse von Industriepartnern und Kunden abgestimmt. Herzstück des Systems ist die von umdasch entwickelte Dealer App: eine intuitive Softwarelösung, mit der

Store-Mitarbeitende Inhalte ganz einfach selbst anpassen können – ohne Vorkenntnisse, aber mit maximaler Wirkung. So findet zentral gesteuerter Content garantiert den Weg zum lokalen Bildschirm.



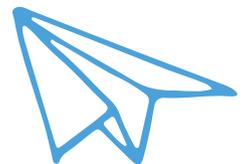
- 📍 Deutschland & Österreich
- ✓ **Digital Solutions:**
Installation, Digital Signage
- 🛠️ DIY

Miles & More Worldshop RETAIL EXCELLENCE FÜR HÖCHSTE ANSPRÜCHE

Ein Store, der sich wandelt wie ein Kunstwerk – genau das ist der Worldshop im Lufthansa First Class Terminal am Flughafen Frankfurt. Für Miles & More und in Zusammenarbeit mit Heinemann hat umdasch The Store Makers eine Retail-Fläche geschaffen, die digitale Innovation mit exklusivem Ambiente verbindet. Besonders eindrucksvoll: Die LED-Cubes und -Screens, die synchron bespielt werden und den Raum in wechselnde Erlebniswelten tauchen. Der Content fließt über Decke und Wände, verändert die Atmosphäre in Echtzeit und macht den Store zur Bühne. Ergänzt durch interaktive Touchpoints entsteht ein kanalübergreifendes Einkaufserlebnis, das inspiriert und informiert. umdasch lieferte bei diesem Projekt ein umfassendes Gesamtpaket, das über die digitalen



Highlights hinausgeht: Von der Konzeption über Design, Ladenbau, Lichtplanung und General Contracting bis hin zur Integration nachhaltiger Materialien und modularer Möbel – das gesamte Projekt stammt aus einer Hand. So wird Retail zum Erlebnisraum, der sich flexibel anpassen lässt und Marken auf höchstem Niveau inszeniert.



- 📍 Frankfurt/Main, Deutschland
- 📏 80 m²
- ✓ Concept, Design, Planning, Value Engineering, General Contracting, Manufacture, Installation, Lighting
- Digital Solutions:** Digital Signage, Interactive Applications
- 🏪 Travel Retail

PALFINGER EIN RUNDES MARKENERLEBNIS

Schon beim Betreten der PALFINGER World in Lengau wird klar: Hier verschmelzen Marke und Erlebnis zu einem modernen Retail-Highlight. Im Zentrum dieser Inszenierung steht der erste PALFINGER Fanshop – konzipiert und realisiert von umdasch The Store Makers. Mit einem ganzheitlichen Ansatz, der Design, Ladenbau, General Contracting und vor allem digitale Lösungen



vereint, entstand eine Fläche, die weit mehr ist als ein Shop. Interaktive Touchpoints, RFID-gesteuerte Vitrinen, transparente Displays und digitale Preisauszeichnung mit individuellem Content machen die globale Marke auf intuitive Weise erlebbar. Besucher können Produkte digital entdecken, Inhalte in Echtzeit abrufen und sich über wechselnde Aktionen informieren. Die digitale Infrastruktur wurde nahtlos in das architektonische Konzept integriert – ein Paradebeispiel für die Innovationskraft von umdasch im Retail der Zukunft.



📍 Lengau, Österreich

📏 45 m²

✓ Concept, Design, Planning, Value

Engineering, General Contracting,

Manufacture, Installation, Lighting

Digital Solutions: Digital Signage, Electronic Shelf Labeling, Interactive Applications

✂ umdasch

🛍 Industrial Brands

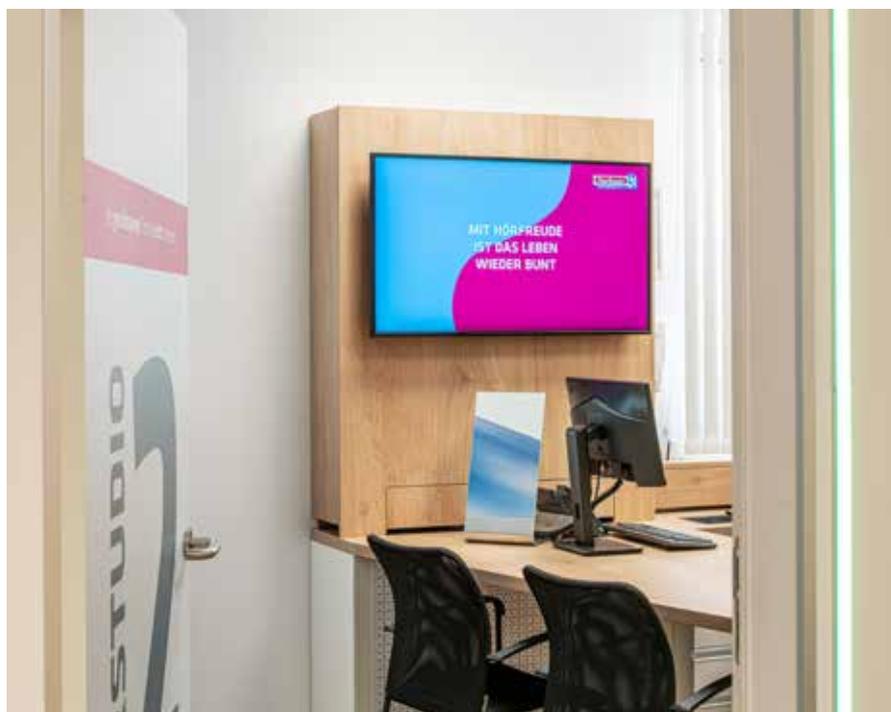


Hartlauer DIE RICHTIGE BOTSCHAFT AM RICHTIGEN PLATZ

Digitale Kommunikation am Point of Sale muss nicht immer laut sein – aber klar, flexibel und effizient. Genau das setzt umdasch The Store Makers für das österreichische Familienunternehmen Hartlauer um. Im Rahmen eines laufenden Digital-Signage-Rollouts wurden bereits 80 Filialen mit modernen Bildschirmen ausgestattet. Ziel ist es, die



verschiedenen Themenbereiche – von Foto über Optik bis hin zu Hörgeräten – visuell zu strukturieren und gezielt Produktinformationen auszuspielen. Die Inhalte lassen sich zentral verwalten und standortspezifisch anpassen, was nicht nur für ein einheitliches Markenbild sorgt, sondern auch die tägliche Arbeit der Mitarbeitenden erleichtert. Unsere Digitalprofis liefern dabei nicht nur die passende Hardware, sondern auch die technische Integration und das Know-how für eine reibungslose Umsetzung.



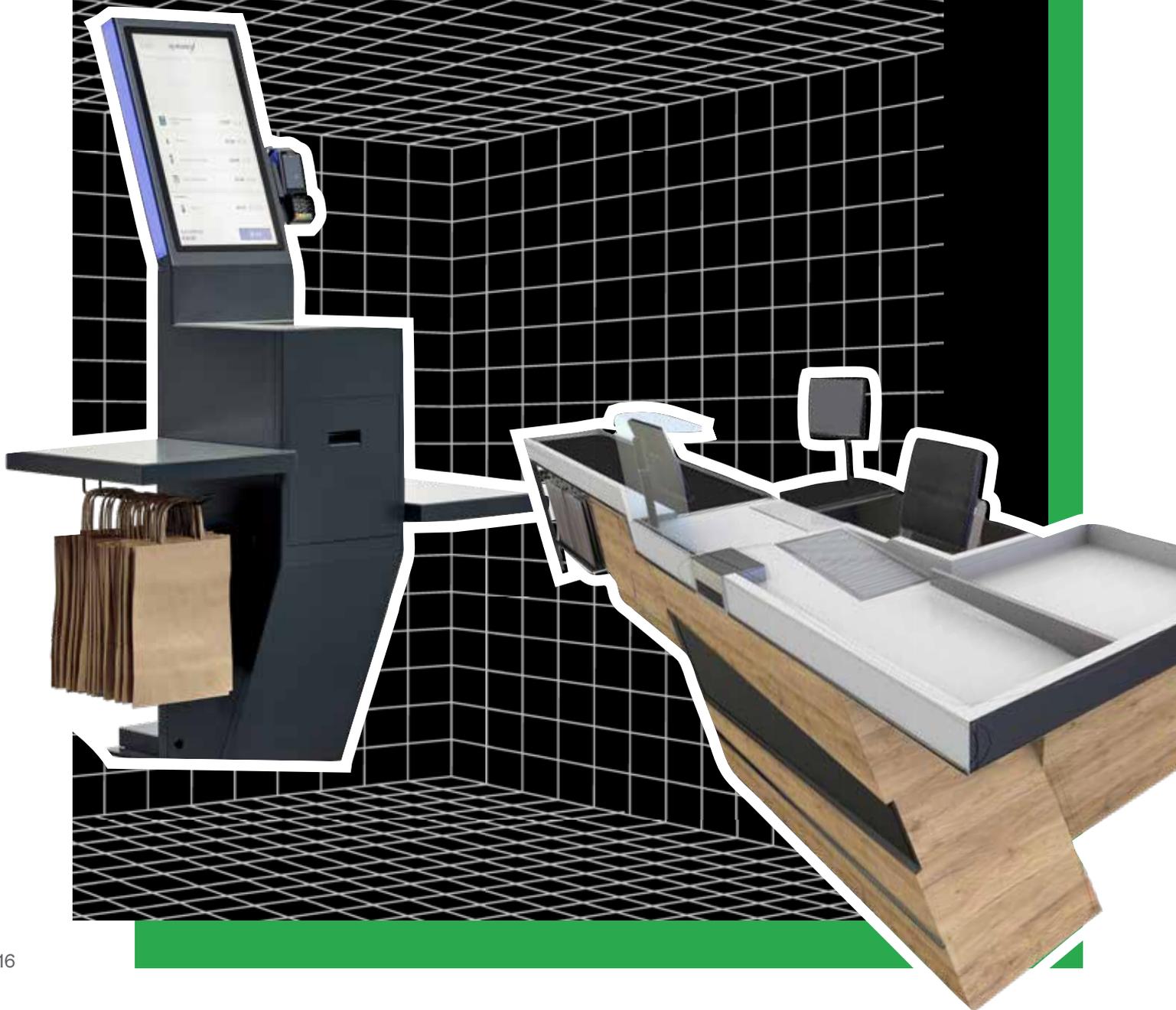
- 📍 Österreich
- ✓ **Digital Solutions:** Digital Signage, Interactive Applications, Rollout, Maintenance & Support
- 📦 Consumer Electronics

Innovati Tre

tionen & nds

Kassenzone der Zukunft

THESEN FÜR DIE MODERNE KASSENZONE



Stetiger Wandel prägt die Gegenwart. Eine Herausforderung, mit der sich zahlreiche Unternehmen, auch in der Retail-Branche, konfrontiert sehen. Ein Bereich, der dabei unter anderem im Zentrum der Aufmerksamkeit steht, ist die Kassenzone. Innovative Technologien wie zum Beispiel moderne Self-Checkout-Kassen, Scan & Go oder Grab & Go stellen das Gewohnte in Frage – mit der Aussicht auf einfachere Prozesse, Kosteneinsparungen und verbesserte Customer Experiences.

Die klassische Kassenzone hat ihren Zenit überschritten.

Die Erwartungen heutiger Konsumenten sind vielfältiger und individueller denn je – ein starrer Checkout-Prozess wird diesen längst nicht mehr gerecht. Stattdessen erleben wir eine Phase des Wandels, in der Innovationen die Weiterentwicklung der Kassenzone maßgeblich prägen. Doch dieser Wandel braucht Zeit: Eine sofortige Umstellung wäre zu abrupt und würde viele überfordern. Vielmehr kommt es auf das harmonische Zusammenspiel aller Touchpoints an.

In diesem Kontext gewinnen moderne Kassenlösungen an Bedeutung, die sich nahtlos in ein ganzheitliches Ladenbaukonzept integrieren. **Die Zukunft liegt in einem holistischen Ansatz**, bei dem Software, Hardware und Raumgestaltung eine Symbiose eingehen.

„Konsumenten erwarten eine schnelle und effiziente Abwicklung des Checkout-Prozesses.“



NINA CHRISTANDL
PRODUCT MANAGER
MULTISTORE SOLUTIONS



Sobald dieses Ökosystem reibungslos funktioniert, profitieren sowohl Händler als auch Konsumenten von spürbaren Vorteilen. **Dabei wird die globale IT-Infrastruktur zum Schlüssel:** Sie muss enorme Datenmengen verarbeiten und gleichzeitig flexibel auf neue Anforderungen reagieren. Diese technologische Basis eröffnet neue Möglichkeiten für Zusatzservices am physischen Point of Sale. **Eine durchdachte Omnichannel-Strategie bringt Angebote wie Click & Collect direkt in die Filiale** – und stellt neue Anforderungen an Platzierung und Crossselling. Durch die intelligente Nutzung von Kundendaten, sei es über Apps oder anonymisiertes Einkaufsverhalten, lässt sich die Customer Journey personalisieren und das passende Angebot gezielt ausspielen.

Doch bei aller Digitalisierung darf ein zentraler Aspekt nicht verloren gehen: die Menschlichkeit. Der zunehmende Personalmangel zeigt, wie sehr Konsumenten den zwischenmenschlichen Kontakt schätzen. Auch hier gilt: Die Transformation erfolgt schrittweise.



Stay up to date! Sign up now.

Holen Sie sich die neuesten Trends mit unserem inSites Online Paper direkt in Ihr Postfach!

Klassische Kassen könnten künftig nur noch zu bestimmten Zeiten betrieben werden, während neue Lösungen parallel existieren. **Die Zukunft der Kassenzone wird nicht durch eine Einheitslösung geprägt sein, sondern durch individuelle Konzepte** – angepasst an Branchen, Konsumentenbedürfnisse und Händlerstrategien.

„Es gibt nicht ein System, das alles löst, weil Store-Konzepte, Einkäufe und Warenkörbe der Kunden so unterschiedlich sind.“



FLORIAN BURGSTALLER
CEO SHOPREME

© shopreme



KASSENLÖSUNGEN IN DER PRAXIS

LM Energy Tankstellenshop

Die Rolle der Tankstellen hat sich in den vergangenen Jahrzehnten grundlegend gewandelt. Individualität in der Customer Journey vom Sortiment bis zum Bezahlvorgang hat dabei höchste Priorität. Wie das funktionieren kann, zeigt das österreichische Familienunternehmen Leikermoser.



BILLA Click & Collect-Möbel

Zusatzservices wie Click & Collect finden bereits in zahlreichen Branchen, darunter dem Lebensmitteleinzelhandel, Einzug. Die Store Makers von umdasch begleiten BILLA als Ladenbaupartner beim österreichweiten Rollout der neuen Click & Collect-Möbel.



Worlds of Experience

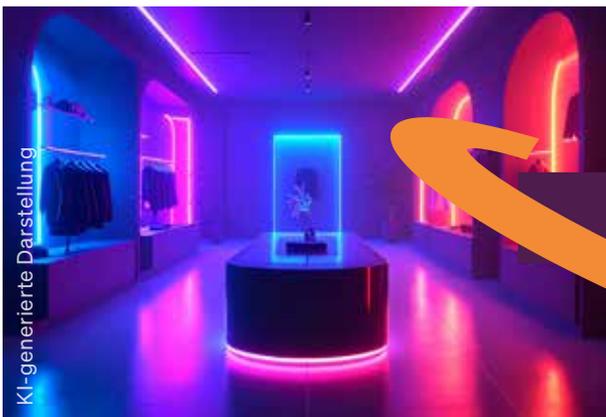
VIER ELEMENTE, DIE STORES ZU ERLEBNISWELTEN MACHEN



KI-generierte Darstellung

Der stationäre Handel hat sich gewandelt. Wo früher Produkte in Regalen standen, entstehen heute Erlebniswelten, die Marken spürbar machen und Kunden emotional binden. In einer Zeit, in der digitale Reizüberflutung zur Norm geworden ist, gewinnt der physische Store als Ort der Inspiration und Begegnung an Bedeutung. Vier zentrale Elemente verwandeln Stores in echte Brandlands. Und damit in Orte, die nicht nur verkaufen, sondern berühren.

„Der erlebnisorientierte Ladenbau hat die Aufgabe, Geschichten zu übersetzen und damit die Marke räumlich erlebbar zu machen.“



JULIA MITTEREGGER
SHOP CONSULT DIRECTOR
PREMIUM SOLUTIONS

Alles beginnt mit einer guten Geschichte. Denn Menschen lieben Storys – sie schaffen emotionale Nähe und machen Marken greifbar. Der Ladenbau übernimmt dabei die Rolle des Erzählers: Er übersetzt Markenwerte und Visionen in räumliche Erlebnisse. So wie beim Service Point der Stadtwerke Amstetten, wo Nachhaltigkeit nicht nur kommuniziert, sondern durch Architektur und Design spürbar gemacht wird. Jedes gestalterische Detail wird Teil der Customer Journey – vom ersten Blickkontakt bis

zum letzten Schritt zurück auf die Straße. Die Marke wird zur Bühne, der Store zum Narrativ.

Doch eine Geschichte allein reicht nicht – sie muss auch fühlbar sein. Hier kommt die **Multisensorik** ins Spiel. Stores, die alle Sinne ansprechen, erzeugen Atmosphäre und Tiefe. Licht, Klang, Duft und Haptik schaffen ein Umfeld, das zum Entdecken einlädt. Ein mattes Regal fühlt sich anders an als ein glänzender Tresen, Zitrusnoten erzählen eine andere Geschichte

als der Duft von Leder. Durch gezielte Zonierung, modulare Möblierung und bewusste Blickachsen entstehen Räume, die nicht nur funktional, sondern emotional wirken. Wer sich wohlfühlt, bleibt länger – und kommt wieder.

Diese physische Erlebniswelt wird durch **digitale Touchpoints** erweitert. Sie eröffnen neue Dimensionen der Interaktion und verbinden das Beste aus analoger und virtueller Welt. Im Fanshop von Union Berlin etwa sorgen LED-Podeste, eine digitale Trikot-schmiede und ein Fotobox mit Original-Stadionan-sagen für ein immersives Markenerlebnis. Digitale Lösungen sind dabei kein Zusatz, sondern integraler Bestandteil der Customer Journey – sie erzeugen Neugier, ermöglichen Personalisierung und stärken die Verbindung zur Marke.

Und schließlich wird der Store zum sozialen Raum. **Begegnung und Community** sind das Herzstück eines Stores, der mehr sein will als Verkaufsfläche.

Lounge-Zonen, Co-Working-Bereiche oder integrierte Gastronomie schaffen Orte der Entschleunigung und des Austauschs. Projekte wie BETTENRID in München oder Salon Verde in Wien zeigen, wie Stores zu Treffpunkten werden, die Menschen zusammenbringen. Wer sich willkommen fühlt, wird zum Markenbotschafter – und erlebt den Store als „Dritten Ort“, an dem man gerne verweilt.

Diese vier Elemente – Storytelling, Multisensorik, digitale Interaktion und Community – sind keine isolierten Bausteine, sondern ein ganzheitliches Konzept für Stores, die berühren. Sie schaffen Erlebnisse, die bleiben, und Räume, die wirken. umdasch The Store Makers begleitet Marken auf diesem Weg: mit strategischer Beratung, kreativem Store Design und ganzheitlicher Umsetzung. Damit aus Verkaufsflächen Orte voller Möglichkeiten werden.



Zwischen hochwertigen Heimtextilien können Kunden im Münchner BETTENRID eine gemütliche Auszeit in „Rosa's Lounge“ genießen und dabei das bunte Treiben auf der Theaterstraße beobachten.

„Digitale Lösungen sind keine Kür, sondern der Schlüssel zu echten Erlebnissen – wenn sie von Beginn an mitgedacht und gezielt entlang der Customer Journey eingesetzt werden.“



MARCEL JOHNE
TEAMLEAD CLIENT CENTER
DIGITAL SOLUTIONS



Stay up to date! Sign up now.

Holen Sie sich die neuesten Trends mit unserem inSites Online Paper direkt in Ihr Postfach!

VOM BERATUNGS- ZENTRUM ZUR ERLEBNISWELT

Stadtwerke Amstetten

Der neue Service Point der Stadtwerke Amstetten wurde durch ein stimmiges Storytelling zu einem Ort, an dem die Themen Nachhaltigkeit und Energie erlebbar werden.



Salon Verde, Wien

Inmitten von Grün können Kunden vor Ort ihre Pflanzen umtopfen, an saisonalen Workshops teilnehmen oder Events rund ums urbane Gärtnern erleben. Ein Store, der wortwörtlich Begegnung kultiviert und Gemeinschaft erblühen lässt. Erfahren Sie mehr zum Projekt Salon Verde.



Digital Content Reimagined

WIE DIGITAL SIGNAGE DEN STATIONÄREN
HANDEL TRANSFORMIERT



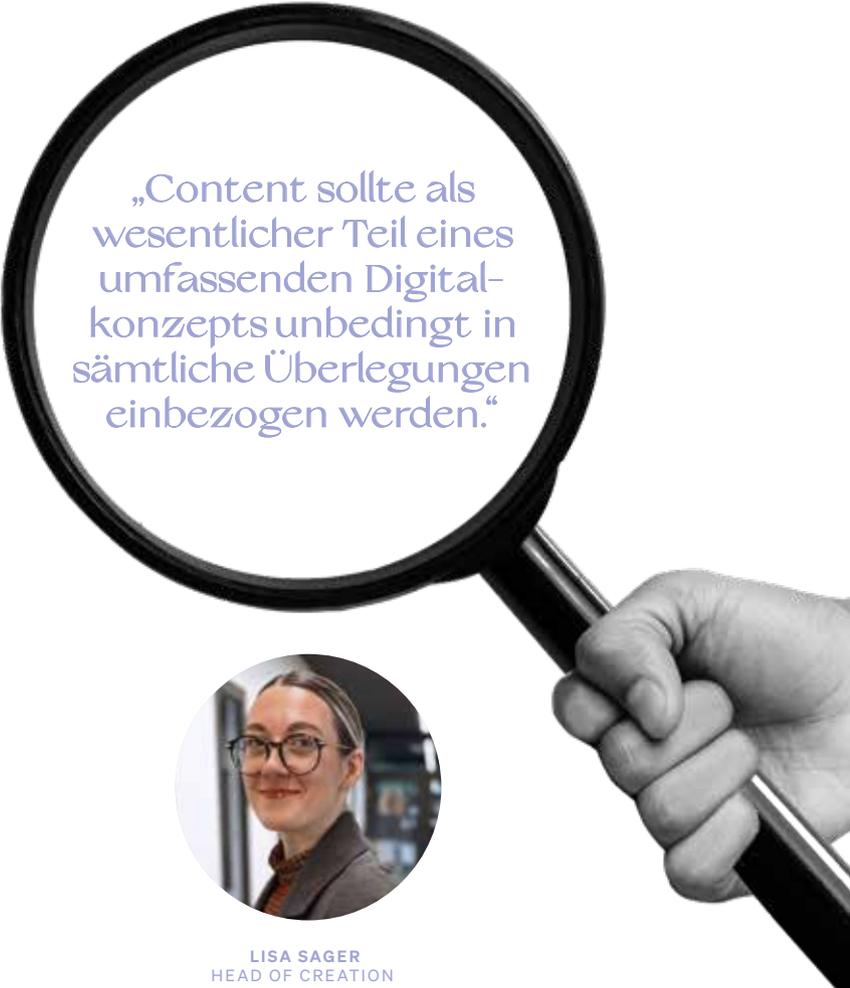
Stärker denn je geht es darum, sich als Marke vom Wettbewerb abzuheben und die Aufmerksamkeit der Kundschaft auf sich zu ziehen. Wie das gelingt? Durch kreative Inszenierungen und den intelligenten Einsatz digitaler Technologien. Letztere gehen dabei im Vergleich über die reine Präsentationsebene hinaus. Ihr Einflussbereich erstreckt sich bis in interne Prozesse von Unternehmen und Unternehmensgruppen und spielt dabei teils eine entscheidende Rolle für den laufenden Betrieb. Auch wirtschaftliche Faktoren stehen inzwischen mit dem Einsatz digitaler Touchpoints am Point of Sale im Fokus.

Der stationäre Handel hat sich gewandelt – vom reinen Verkaufsort hin zu einem Erlebnisraum. Im Zentrum steht nicht mehr nur das Produkt, sondern die Inszenierung, die Emotion, die Geschichte. Digital Signage ist dabei weit mehr als ein Bildschirm: Es ist die Bühne, auf der Marken ihre Geschichten erzählen und mit Kunden in Echtzeit kommunizieren.

Selbst die raffinierteste Customer Journey ist ohne stimmigen Content nur wie eine starre Hülle. Damit eine Marke wirken kann, braucht es nicht nur ansprechende Visualisierungen, sondern auch ein smartes System, um den digitalen Content zu steuern und so eine einheitliche Kommunikation zu ermöglichen.

Mit der Dealer App von umdasch The Store Makers wird diese Vision Realität: Eine intuitive Softwarelösung, die es ermöglicht, Inhalte markenkonform und effizient über Filialnetze hinweg auszuspielen – ganz einfach und ohne grafische Vorkenntnisse.

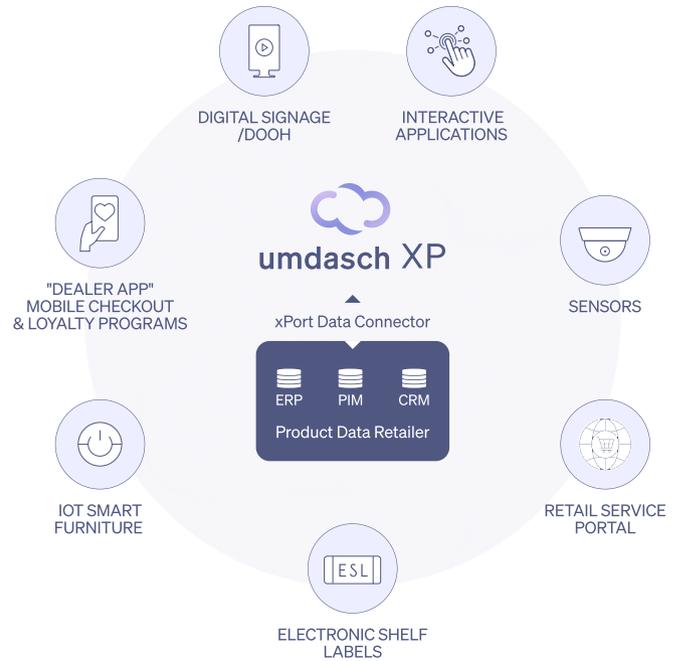
Hinter einer ganzheitlich erfolgreichen Digital-Signage-Lösung steckt ein komplexes System aus Hardware-Beschaffung, Software-Programmierung, Content-Erstellung, Installation und Betrieb – selbst für erfahrene IT-Abteilungen eine große Herausforderung.



„Content sollte als wesentlicher Teil eines umfassenden Digital-konzepts unbedingt in sämtliche Überlegungen einbezogen werden.“



LISA SAGER
HEAD OF CREATION
DIGITAL SOLUTIONS



Hier braucht man also einen verlässlichen Partner, der weiß wie es geht und sich um alles kümmert, wie das Digital-Solutions-Team von umdasch The Store Makers. Mit ihrer umdasch eXperience Plattform haben die Digital-Retail-Spezialisten ein Tool entwickelt, das die Touchpoint-Verwaltung vereinfacht und Retailern gleichzeitig eine Übersicht über den Einsatz ihrer Geräte gibt. Das ermöglicht Transparenz, Effizienz und datenbasierte Optimierung.

Je einfacher das Management, desto kreativer der Content. Und Digital Signage kann noch mehr: Als Retail-Media-Fläche wird der Store zur Werbeplattform. Händler monetarisieren ihre Bildschirme und erschließen neue Ertragsquellen – dank automatisierter, zielgruppengenaue Ausspielung.

Kurz gesagt: **Digital Signage ist heute Content, Technologie und Geschäftsmodell zugleich.** Wer das volle Potenzial nutzen will, braucht nicht nur starke Inhalte – sondern auch einen Partner, der alles im Griff hat.



Stay up to date! Sign up now.

Holen Sie sich die neuesten Trends mit unserem inSites Online Paper direkt in Ihr Postfach!

DIGITAL SIGNAGE MACHT DEN UNTERSCHIED

Teufel Wien

Digital Signage hilft Marken, ihre Kommunikation auf ein neues Level zu heben und ihre Zielgruppe passgenau zu erreichen – egal, ob Werbekampagnen, Produktpräsentation oder interaktive Inhalte. Für den deutschen Audio-Hersteller Teufel haben die Digital-Retail-Spezialisten von umdasch The Store Makers eine knapp zwei Meter hohe LED-Wand im Store auf der Wiener Mariahilfer Straße installiert. Damit wurde eine Bühne für eindrucksvolle Produkt- und Markenkommunikation geschaffen.



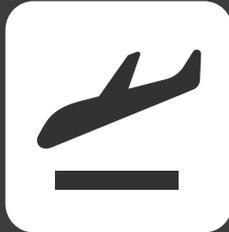
hagebau

Mit digitaler Kommunikation lassen sich Inhalte passgenau und zum richtigen Zeitpunkt für die Zielgruppe ausspielen. Besonders bei großen Filialnetzen wie jenem von hagebau sind daher ein einfacher Zugriff auf zentral eingespielten Content und einfache lokale Anpassungsmöglichkeiten essenziell. Mit der Dealer App hat das Digital-Retail-Team von umdasch eine passende Lösung implementiert, die genau das ermöglicht.



AIRPORTS OF TOMORROW

FÜNF TRENDS FÜR DEN FLUGHAFEN DER ZUKUNFT



Der Flughafen ist längst nicht mehr nur ein Ort des Transits – er wird zur Destination, die das Reiseerlebnis bereichert und sich nahtlos an die Bedürfnisse einer neuen Generation von Reisenden anpasst. Besonders die Generationen Y und Z, geprägt von Erlebnisorientierung, digitaler Vernetzung und einem ausgeprägten Wertebewusstsein, stellen neue Anforderungen an den Travel Retail. Um relevant zu bleiben, müssen Flughäfen und Retailer ihre Konzepte überdenken.



GOOD TO KNOW:

Babyboomer	ca. 1946–1964
Generation X	ca. 1965–1979
Millennials (Gen Y)	ca. 1980–1995
Generation Z	ca. 1996–2012
Generation Alpha	ca. 2013–2029

Ein Trend, der sich generell im Retail abzeichnet, zeigt sich auch am Airport: Die **Erlebnisorientierung** steht im Zentrum. Reisende verbringen oft mehrere Stunden am Flughafen – Zeit, die zunehmend mit Retailtainment und immersiven Store-Konzepten gefüllt wird. Marken werden nicht mehr nur präsentiert, sondern inszeniert. Interaktive Technologien, Pop-Up-Stores und multisensorische Erlebnisse verwandeln Retailflächen in emotionale Erlebnisräume. Flughäfen wie Doha oder Changi machen es vor und setzen neue Maßstäbe für Aufenthaltsqualität. Der Ladenbau spielt dabei eine entscheidende Rolle: Er schafft eine Bühne für Marken, die in Erinnerung bleiben.

Parallel dazu verändert die **Digitalisierung** das Einkaufserlebnis grundlegend. Smarte Stores und kas-

senlose Konzepte wie der „REWE To Go“ in Frankfurt oder das Roboter-Restaurant „SELF“ in Lissabon stehen für Effizienz und Innovation. Besonders für digital affine Zielgruppen ist eine nahtlose Omnichannel-Strategie essenziell. Die Verbindung von physischen und digitalen Touchpoints – etwa durch Self-Checkout, digitale Produktinformationen oder Click & Collect – wird zur Pflicht. Best Practices wie Gebr. Heinemann zeigen, wie durchdachte Konzepte den Komfort für Reisende maximieren und gleichzeitig neue Standards im Travel Retail setzen.

Doch nicht nur Technologie prägt den Wandel – auch **Nachhaltigkeit** wird zu einem wesentlichen Faktor. Millennials und Gen Z legen Wert auf klimabewusstes Konsumverhalten. Re-Sale-Konzepte und Pre-Loved-



„Digitale Services müssen durchdacht in den Ladenbau integriert werden – idealerweise so, dass sie den Kunden zum weiteren Entdecken einladen.“



DANIEL HUNDEGGER
KEY ACCOUNT MANAGER
TEAMLEAD OF PROJECT MANAGEMENT
PREMIUM SOLUTIONS

Stores, wie sie bereits in Lissabon oder Kopenhagen umgesetzt werden, bringen nachhaltige Luxusartikel in den Flughafen. Gleichzeitig rückt die bauliche Umsetzung in den Fokus: Ressourcenschonende Materialien, modulare Bauweisen und langlebige Designs machen den Store nicht nur ökologisch, sondern auch ökonomisch zukunftsfähig. Der klassische Travel Retail wird neu interpretiert – mit einem klaren Bekenntnis zur Verantwortung.

Authentizität ist ein weiterer Schlüssel zum Erfolg. Für die jüngeren Generationen zählt nicht nur das Produkt, sondern das ganzheitliche Markenerlebnis. Flughäfen haben hier die Chance, mit lokalen Elementen eine emotionale Bindung zur Destination zu schaffen. Konzepte wie „Sense of Place“ und „Sense of Belonging“ bringen Kultur und Identität in den Retail.

Abgerundet wird das Zukunftsbild durch den Trend zu **Selfcare und Individualität**. Wellness-, Sport- und

Achtsamkeitsangebote wie Napcabs in München oder Yoga-Lounges in Helsinki spiegeln die wachsende Bedeutung mentaler Gesundheit wider. Auch im Retail lassen sich Wohlfühlzonen integrieren – durch besondere Möblierung, multisensorisches Design und innovative Flächenkonzepte. Wo sich Menschen wohlfühlen, verweilen sie länger. Flughäfen, die Aufenthaltsqualität bieten, gewinnen nicht nur an Attraktivität, sondern auch an Umsatzpotenzial.

Diese fünf Trends – Erlebnisorientierung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Authentizität und Selfcare – zeigen: Der Flughafen der Zukunft ist ein Ort, der inspiriert, verbindet und begeistert. umdash The Store Makers begleitet Travel Retailer auf diesem Weg – mit Expertise in Ladenbau, Konzeptentwicklung und General Contracting. Gemeinsam gestalten wir die Airports of Tomorrow.



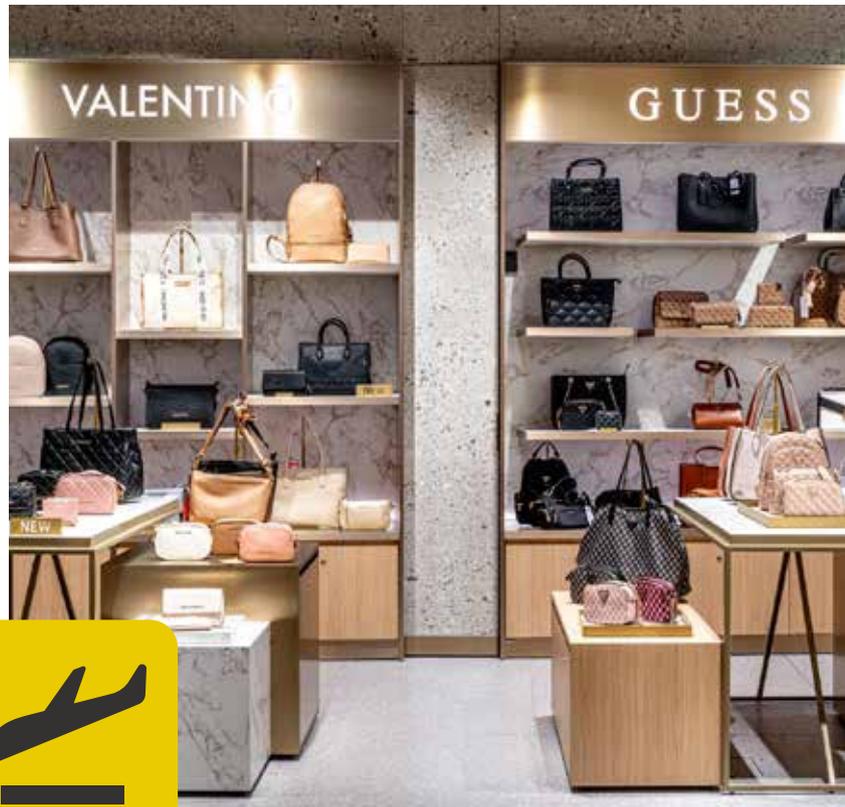
Stay up to date! Sign up now.

Holen Sie sich die neuesten Trends mit unserem inSites Online Paper direkt in Ihr Postfach!

TRAVEL RETAIL MEETS OMNICHANNEL

Gebr. Heinemann Plaza Flughafen Wien

Gebr. Heinemann, langjähriger umdasch-Kunde, betreibt weltweit Duty-Free- und Markenshops. Mit Click & Collect bietet der Travel Retailer entspanntes Shopping: online vorbestellen, am Reisetag abholen oder bequem nach Hause liefern lassen.



Setur am Flughafen Köln/ Bonn

Das Projekt Setur am Flughafen Köln/Bonn zeigt, wie regionale Akzente – vom „Kölner Brückengrün“ bis zum Beethoven-Motiv – ein einzigartiges Shopperlebnis schaffen. Authentizität wird so zum Differenzierungsmerkmal im internationalen Wettbewerb.



**VOM
SHOWROOM**



**ZUM
BRANDROOM**

**WIE DAS AUTOHAUS ZUM
MARKENERLEBNIS WIRD**

Die Automobilbranche verändert sich: Nicht nur das Auto steht im Wandel, sondern vor allem der Ort, an dem es erlebt wird. Statt reiner Produktpräsentation rücken heute Atmosphäre, Identität und Markenwelt in den Mittelpunkt. Ein „Brand-room“ ist mehr als eine Verkaufsfläche. Er ist ein Raum, der spricht. Der spürbar macht, wofür eine Marke steht. Der Begegnung, Beratung und Emotion möglich macht – analog wie digital. Er ist Wohnzimmer, Galerie, Community-Hub und Bühne in einem. Und er ist vor allem eines: durchdacht inszeniert.



umdasch The Store Makers gestaltet diesen Wandel aktiv mit – architektonisch, technologisch und emotional. Von der Lage bis zur Lounge, von der Lichtstimmung bis zum digitalen Touchpoint: Der Raum wird zur Erzählung. Die Marke zum Erlebnis. **Die Lage eines Autohauses war schon immer ein entscheidender Faktor** – meist am Stadtrand oder in frequentierten Gewerbeparks. Doch dieses klassische Bild beginnt sich zu wandeln. Neue Marktteilnehmer mit innovativen Konzepten drängen in zentrale Innenstadtlagen und bringen frischen Wind in die Branche. Der Autohandel steht vor einer Transformation, die nicht nur räumlich, sondern auch konzeptionell neue Wege geht.

Mit diesem Wandel verändert sich auch die Vorstellung davon, wie ein Autohaus heute aussehen und wirken soll. **Statt großer Hallen und Fahrzeuge, soweit das Auge reicht, rückt das Erlebnis in den Vordergrund.**

„Wir sehen einen starken Trend hin zu direkten Verkaufsstrategien und kundenzentrierten Showroom-Konzepten.“



LADISLAV LÁNA
GENERAL MANAGER
MULTISTORE SOLUTIONS



Das NIO House ist nicht bloß Showroom, vielmehr ist es ein Community-Space, der mit Foren und Labs, mit Galerie, Wohnzimmer, Café, Bibliothek und Spielbereich zum Arbeiten und Entspannen, zum Begegnen und Feiern einlädt. NIO House Berlin, DE

Lichtdurchflutete Räume laden zum Verweilen ein, die Einrichtung vermittelt Komfort – und dieser überträgt sich direkt auf das Fahrgefühl. Der Autokauf wird entschleunigt und zum persönlichen Moment, der über das Produkt hinausgeht. Diese neue Erlebniswelt richtet sich dabei nicht mehr nur an den einzelnen Kunden, sondern an ganze Communities. **Das Autohaus wird zum Treffpunkt, zum Ort der Begegnung und des Austauschs.** Die Begeisterung für technische Details tritt in den Hintergrund – gefragt sind Marken, die ein Lebensgefühl transportieren und Menschen verbinden. Es geht nicht mehr darum, zu verkaufen, sondern darum, zu begeistern und zu inspirieren.

Gerade auch weil der Autokauf für viele ein bedeutendes Investment ist, spielt die persönliche Customer Journey eine zentrale Rolle. Der moderne Verkaufsprozess muss daher auch digital nahtlos funktionieren. Besonders in einer so physischen

Branche wie der Automobilindustrie braucht es am Point of Sale Lösungen, die den individuellen Weg des Kunden begleiten – ganzheitlich, kanalübergreifend und ohne Brüche.

„Der Auto-Showroom ist heute weit mehr als ein Verkaufsraum – er wird zur Erlebniswelt, in der Marke, Design und Emotion verschmelzen.“



GEROLD KNAPITSCH
MANAGING DIRECTOR
MULTISTORE SOLUTIONS



Stay up to date! Sign up now.

Holen Sie sich die neuesten Trends mit unserem inSites Online Paper direkt in Ihr Postfach!

AUTOMOTIVE- LÖSUNGEN IN DER PRAXIS

Toyota

Neues Konzept mit
europaweitem Rollout

Aufenthaltsqualität spielt inzwischen eine essenzielle Rolle beim Autoverkauf – was früher nicht aus Restaurants oder Bars wegzudenken war, wird nun inmitten von Fahrzeugen eingebettet. Marken wie Toyota setzen auf zentrale Bereiche in ihren Showrooms, die Kunden höchsten Komfort bieten und den Autokauf entschleunigen.



Lucid Motors

Fokus auf innerstädtischem
Konzept

Der US-amerikanische Elektroauto-Hersteller Lucid Motors setzt bewusst auf prominente Innenstadtlagen. Der Standort wird so selbst Teil des exklusiven Gesamterlebnisses, das in Folge auch im Inneren des Stores weitergetragen wird.



Paradigmenwechsel im Bauwesen

TRENDS FÜR EINE KLIMAFITTE ZUKUNFT



Das Bauwesen steht vor einem grundlegenden Wandel. Rund 37 Prozent der globalen CO₂-Emissionen entfallen auf diesen Sektor – ein Wert, der zeigt, wie dringend ein Umdenken erforderlich ist. Die Zukunft liegt nicht im Neubau, sondern im Bestand: Renovierung, Sanierung und Umnutzung bestehender Gebäude bieten enormes Potenzial zur Emissionsreduktion und Ressourcenschonung. Dabei zeichnet sich ein klarer Paradigmenwechsel ab – hin zu einem Bauverständnis, das Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Kreislaufwirtschaft miteinander verbindet.

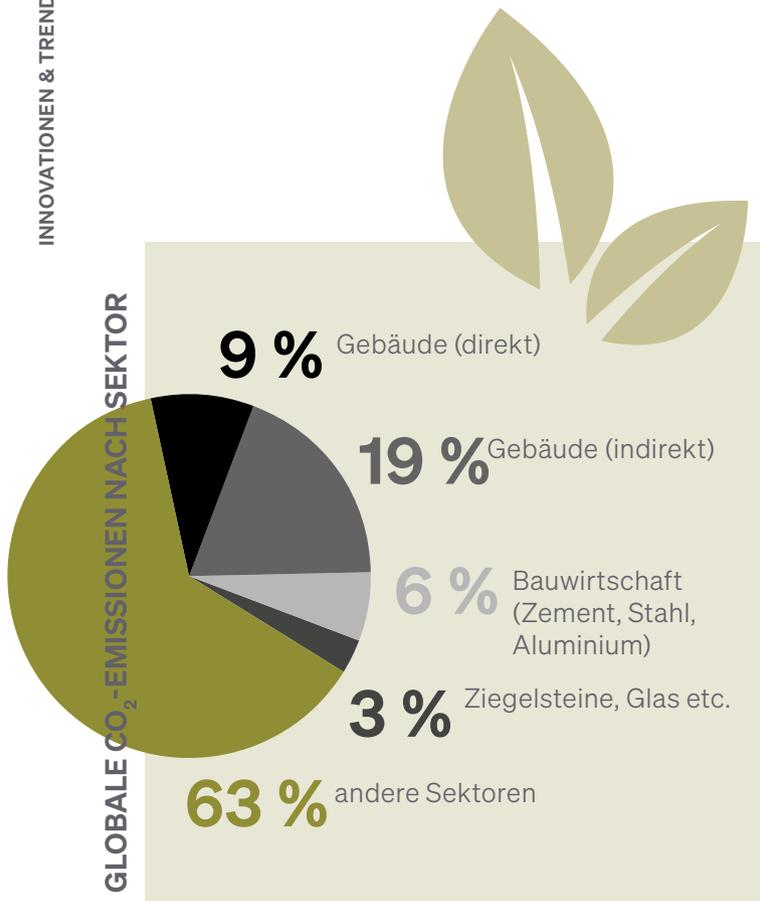


Beim Sanierungsprojekt Glogauer Weg in Wolfenbüttel, Niedersachsen, übernahm die umdasch Construction Solutions aus Osnabrück die Verantwortung für 62 Wohneinheiten in 11 Häusern.

Ein zentraler Trend in diesem Kontext ist die **energetische Sanierung**. Sie gilt als Schlüssel zur Reduktion von Emissionen und zur Verbesserung der Energieeffizienz bestehender Gebäude. Maßnahmen wie die Dämmung von Fassaden, Dächern und Kellerdecken, der Austausch von Fenstern und Türen sowie die Modernisierung von Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage tragen dazu bei, den Energieverbrauch drastisch zu senken. Ergänzt durch Photovoltaik-Anlagen und Wärmepumpen entsteht ein ganzheitliches Konzept, das ökologische und ökonomische Vorteile vereint. Entscheidend ist dabei die Betrachtung des gesamten Gebäudelebenszyklus – inklusive der sogenannten „grauen Energie“,

die bereits in Materialien und Bauprozessen steckt. Parallel dazu verändert die **Digitalisierung** das Bauwesen grundlegend. Technologien wie Building Information Modeling (BIM) ermöglichen eine präzise Planung, Simulation und Steuerung von Sanierungsmaßnahmen.

Digitale Gebäudemodelle helfen dabei, Energieverbräuche zu analysieren, Materialeinsätze zu optimieren und Prozesse effizienter zu gestalten. Besonders bei seriellen Sanierungen – etwa in Wohnquartieren – lassen sich durch 3D-Scans und modellbasierte Planung erhebliche Kosten und CO₂ einsparen.



Quelle: UN Status Report 2022 on Buildings and Construction

Grobe Faustformel für Energieeinsparungspotenziale

- 18-22 %** Dämmung der Außenfassade
- 12-16 %** Dämmung des Daches
- 13-17 %** Dämmung der obersten Geschossdecke
- 9-11 %** Dämmung der Kellerdecken
- 15-22 %** Austausch der Heizungsanlage (abhängig vom System)

Hinweis: Das Einsparpotenzial hängt stark vom Zustand des Gebäudes ab. Quelle: umdasch

Plattformen wie PrometriQ zeigen, wie digitale Lösungen den gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes begleiten und als „Single Point of Truth“ für alle Beteiligten dienen können.

Ein dritter Trend ist die Gebäudeumnutzung – die **Kreislaufwirtschaft** wird damit auch im Bausektor zu einem Eckpfeiler. Statt Abriss und Neubau rückt die Wiederverwendung bestehender Strukturen und Materialien in den Fokus. Leerstehende Büroflächen, ehemalige Hotels oder Einzelhandelsflächen werden zunehmend in Wohnräume, hybride Nutzungskonzepte oder soziale Treffpunkte transformiert.

Die Konzeptlösung „The Remakers“ von umdasch The Store Makers und formwerk zeigt, wie nachhaltige Immobilienrevitalisierung ganzheitlich gedacht werden kann – von der Potenzialanalyse über die ESG-konforme Planung bis zur schlüsselfertigen Übergabe. Dabei werden zirkuläre Bauweisen, Ökobilanzierungen und Fördermöglichkeiten von Beginn an mitgedacht. Ein Beispiel dafür ist die Umgestaltung der denkmalgeschützten Kämmerei in Düsseldorf: Hier wurde historischer Charme mit

modernen Nutzungsmöglichkeiten verbunden – ein Projekt, das zeigt, wie kreative Lösungen auch bei komplexen Anforderungen möglich sind.



WENN BESTAND ZUR ZUKUNFT WIRD

Glogauer Weg, Wolfenbüttel

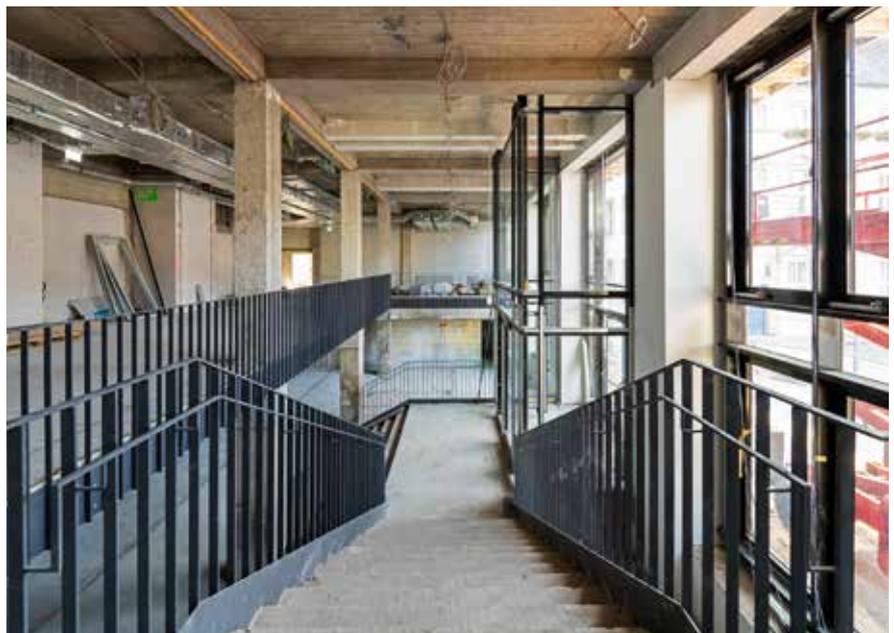
Beim Projekt Glogauer Weg in Wolfenbüttel hat umdasch Construction Solutions die energetische Sanierung von 62 Wohneinheiten in 11 Gebäuden verantwortet. Von Dämmmaßnahmen über Fenstertausch bis hin zur Rückführung asbesthaltiger Fassadenplatten wurde ein umfassender Beitrag zu zukunftsfähigem Wohnen geleistet.



„Ich bin überzeugt,
dass die Zukunft
des Bauens im
Bestand liegt.“



MARCO GÖSLING
MANAGING DIRECTOR
CONSTRUCTION SOLUTIONS



Stay up to date! Sign up now.

Holen Sie sich die neuesten Trends mit unserem inSites Online Paper direkt in Ihr Postfach!

UMDASCH UND DIE WELT



Seit mehr als 155 Jahren herrscht bei uns Innovationskraft aus Tradition – umgesetzt von Menschen, die zu den Besten ihrer Branche gehören.

Mit ihren drei Divisionen umdasch The Store Makers, Doka und umdasch Industrial Solutions ist die Umdasch Group mit über 180 Produktions-, Logistik- und Vertriebsniederlassungen auf fünf Kontinenten tätig. Sie befindet sich seit über 155 Jahren im Besitz der Familie Umdasch.

1868

Stefan Hopferwieser, der Urgroßvater der heutigen Inhaber, erhält die „Concession“ zum Betrieb des Zimmereigewerbes.

1939

Mathilde Hopferwieser, Enkelin des Unternehmensgründers, heiratet Ing. Josef Umdasch. Dieser tritt 1939 in die Geschäftsführung des Unternehmens ein. Der Betrieb wird in den Osten der Stadt Amstetten verlegt und ein neues Werk wird aufgebaut.

Im Jahr 1956 erfolgte die Spezialisierung auf die Geschäftsbereiche Ladeneinrichtungen (umdasch) und Schalungstechnik (Doka).

1991

Die heutige Unternehmensstruktur der Umdasch Gruppe wird etabliert. Unter dem Dach der Umdasch AG agieren die Doka-Gruppe und die Umdasch Shop-Concept-Gruppe als eigenständige Unternehmensbereiche.

2001

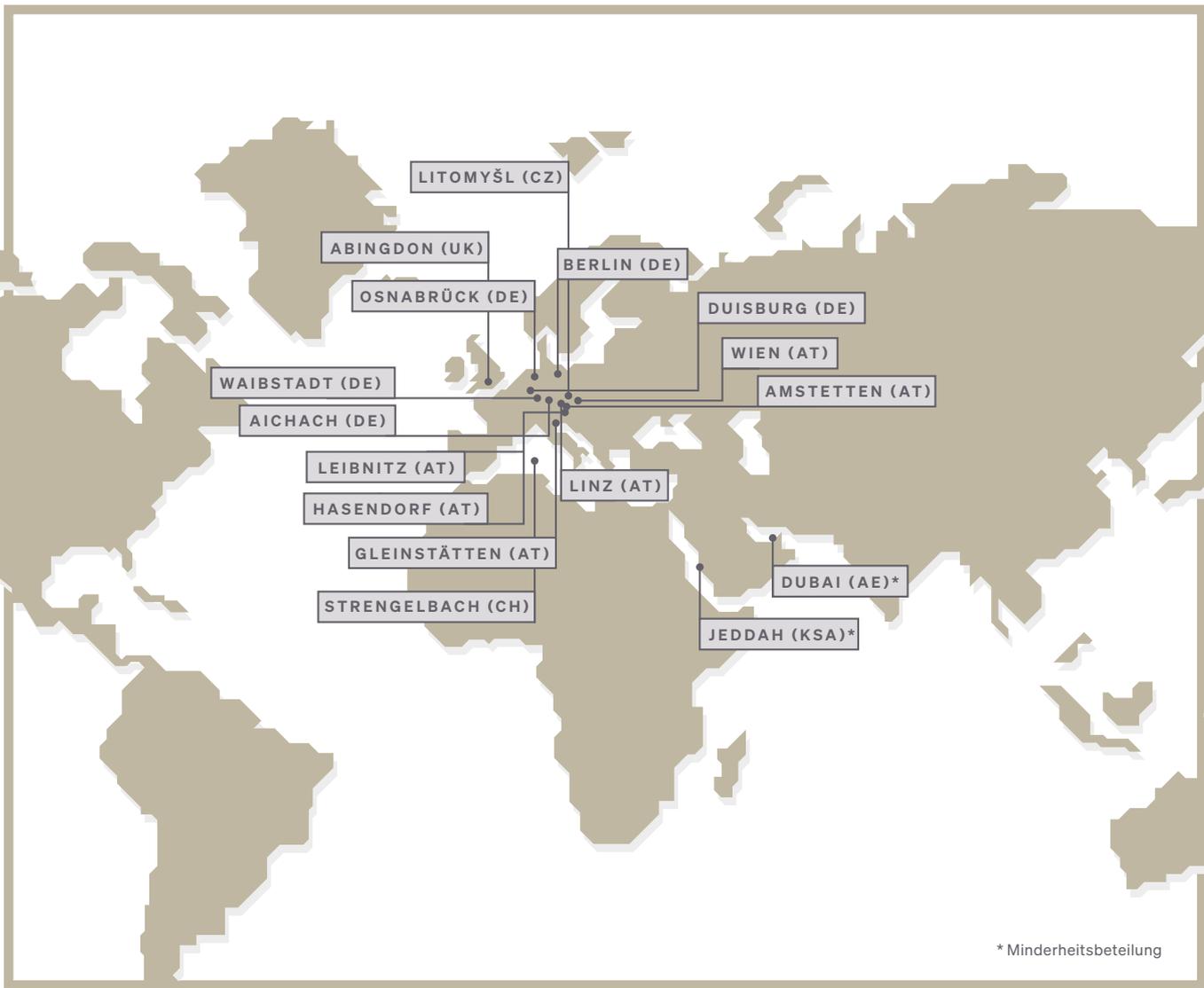
Die Umdasch AG kauft mit Assmann Ladenbau Leibnitz den österreichischen Marktführer für den Lebensmittelhandel. Mit den Kernmarken Umdasch Shop-Concept und Assmann Ladenbau deckt das Unternehmen nun alle Branchen ab.

Im Jahr 2012 wurde Assmann Ladenbau in die gemeinsame Marke Umdasch Shopfitting integriert.

2014

Umdasch Shopfitting besiegelt seinen Strukturwandel mit vier Business Units:

- Lifestyle Retail
- Food Retail
- Premium Retail
- Digital Retail



2015

Umdasch Shopfitting erwirbt das Technologie-Unternehmen MMIT aus Linz und erweitert damit die Kompetenzen der Business Unit Digital Retail.

Umdasch Shopfitting übernimmt das tschechische Ladenbau-Unternehmen Story Design. Durch diesen Unternehmenskauf stärkt Umdasch Shopfitting seine Präsenz in Osteuropa sowie seine Fähigkeiten im Bereich Lifestyle Retail.

2018

Aus Umdasch Shopfitting wird umdasch The Store Makers. Damit unterstreicht das Unternehmen sein umfassendes Leistungsportfolio am internationalen Markt.

2023

Die Store Makers adaptieren ihre vier Geschäftsfelder, angelehnt an ihre Kompetenzen:

Multistore Solutions
Premium Solutions
Construction Solutions
Digital Solutions

2024

umdasch The Store Makers präsentiert sich nach einem Rebranding gemeinsam mit den Divisionen der Umdasch Group in einem einheitlichen Look.

Das neue Icon im Logo symbolisiert Zusammenhalt und Einheit – ein konzernweiter Schritt in die Zukunft.

2025

Nach rund eineinhalbjähriger Bauphase wurden die erweiterten Produktions- und Büroflächen am tschechischen Standort in Litomyšl eröffnet - ein wichtiger Schritt zur Stärkung der eigenen Produktion und des vielseitigen Dienstleistungsportfolios in Europa.

AUSSER-
GEWÖHNLICHE
PROJEKTE
BRAUCHEN AUSSER-
GEWÖHNLICHE
KUNDEN. BEIDES
HAT UNS ÜBER DIE
JAHRE BEGLEITET.
SO KONNTEN WIR
EINKAUFSWELTEN
UMSETZEN, DIE
NEUE MASSSTÄBE
SETZEN.

1. FC Union Berlin	Geero	Nah&Frisch
11teamsports	Globetrotter	Nike
A1	Golf House	NIO
ADAC	Grandiose	NYX Professional Makeup
ADEG	Gropius Passage Berlin	OMODA
adesso	hagebau	OMV Viva
adidas	Hanseviertel Hamburg	Optik Matt
Ansons	Hansgrohe	Optiker Bode
Aranyani	Harrods	Palfinger
Auchan	Hartlauer	Penhaligon's
Augustinus Bader	Henkel	Penny
Audi	Hermes	Philip Morris (Iqos)
Bamesa	hollu	Photo Vision Zumstein
Bellaflora	Huawei	PKZ Men
BETTENRID	Hyundai	Puppenkönig
BILLA / BILLA PLUS / BILLA CORSO	ImmoMa	Qatar Duty-Free
Binder Optik	INTERSPAR	Reformhäuser Österreich & Deutschland
BIPA	IQOS	Reisebank
BMW	Iveco	Reiter Betten & Vorhänge
Bosch	IWC	Restaurant Nordlicht
Brau Union	JAECOO	REWE Deutschland
British American Tobacco	Jaguar Land Rover	REWE International
Broth3rs Asia Food Store	Japan Tobacco International	Roasting Plant
Bründl Sports	JET Tankstellen	Ruby Hotels
Bucherer	Juwelier Kraemer	Ruotkers
Bucheron	Juwelier S.M.Wild	s.Oliver
Cartier	JYSK	Salon Verde
CBRE Investment Management	KAES	SC Freiburg
Česká spořitelna	Kastner MeinBioMarkt	Senses of Austria
Charlotte Tilbury	Kaubamaja	Setur Duty Free
Christ Juweliere	Kia	Shell
Circle K	KIND	Silhouette
Citroën Schweiz	Klaas + Kock	Škoda
City Center Amstetten	La Moda Bernardo	Smartseller
Coach	Lagerhaus	SPAR
Coca Cola	Lautsprecher Teufel	Stadtwerke Amstetten
Coop	Legero United	Steinecker
CUPRA	Leonardi	Stiegl
Czech National Museum	Leroy Merlin	Stone Island
David Lloyd	LET'S DO IT	Sun Store
De Beers	Liebeskind	Tank & Rast
Denner	Liebherr	Telefónica
Dennree	LLOYD	Thonet & Mauser Sitzkultur
denn's Biomarkt	LM Energy	Toyota
Deutsche Bank	L'Osteria Metzgingen	Transgourmet
Diesel	Lucid Motors	Valentino
dm drogerie markt	LVMH	Valiant
Dodenhof	Manufactum	Van Cleef and Arpels
Doka	Maxi Zoo	Vita Nova
Edeka	McDonald's	Vodafone
Emirates Coop	Metro Cash&Carry	Volkswagen
Eni	Miele	Vorwerk
Eterna	Migros	Warema
EUROSPAR	Miles & More Worldshop	Weaves Group
FC Bayern München	Moët & Chandon	zalando
Fressnapf	MPreis	Zotter
Frischeparadies	Museumsshop Oberes Belvedere	zweite sahne
Gebr. Heinemann	Musikhaus Thomann	Zwilling



MEDIENINHABER UND HERAUSGEBER

umdasch Store Makers
Management GmbH
Josef Umdasch Platz 1
3300 Amstetten, Österreich
presse@umdasch.com
storemakers.umdasch.com
A company of Umdasch Group.

DIVISIONAL MARKETING DIRECTOR

Petra Böttinger-Barth

CHEFREDAKTEUR

Dominik Reichartzeder

GRAFIKDESIGN

Denise Siegl

REDAKTION

Petra Böttinger-Barth, Silvio W. Kirchmair,
Katrín Kranabetter, Silke Lederhaas, Daniela
Mühlgassner, Fatima Pereira, Mariana Pinto,
MacAuley, Julia Raab, Dominik Reichartzeder,
Nicole Trampusch, Sophie Viechtbauer

ÜBERSETZUNG

umdasch The Store Makers

LEKTORAT

umdasch The Store Makers

DRUCK

Queiser GmbH
Waidhofner Straße 48
3300 Amstetten, Österreich
www.queiser.at

RECHTE

Alle in diesem Buch veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Jegliche Verwertung, Verbreitung oder Zugänglichmachung (Print/Online) außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes sind ohne schriftliche Zustimmung der Herausgeberin unzulässig und strafbar. Das Zitieren von Rezensionen ist in vollem Umfang erlaubt.

Diese Publikation enthält Inhalte, die mit Hilfe von KI erstellt wurden. Die veröffentlichten Beiträge werden nach bestem Wissen und Gewissen geprüft. Eine Haftung für etwaige mittelbare oder unmittelbare Schäden ist ausgeschlossen.

1. AUFLAGE, NOVEMBER 2025

