



## Shop Adventures (1/3)

retailAusgabe 01/2023 | Seite 44, 45, 46 | 14. April 2023  
Auflage: 5.000 | Reichweite: 14.500

PEMA Immobilien



# Shop Adventures

Mit dem EuroShop RetailDesign Award (ERDA) zeichnen das EHI und die Messe Düsseldorf seit 2008 jährlich die weltweit besten Storekonzepte aus. 2023 kürte eine Fachjury die siegreichen Stores in den fünf Kategorien „Food“, „Fashion & Lifestyle“, „Hospitality“, „Digital“ und „Sustainability“. Ein Blick auf die Prämierten aus Österreich und Deutschland.

TEXT Christian Lenoble



## Shop Adventures (2/3)

retailAusgabe 01/2023 | Seite 44, 45, 46 | 14. April 2023  
 Auflage: 5.000 | Reichweite: 14.500

PEMA Immobilien

### ① SIEGERKATEGORIE Food

Interspar am Schottentor, Wien  
 Retail Design: KBIA Kulmus Bügelmayer

**Shop**  
 Retail Design Award

**A**usschlaggebend für die Entscheidung der Jury war der Mix aus Ladenarchitektur, Farben, Materialien, Beleuchtung und Visual Merchandising. Die perfekte Mischung daraus soll es ermöglichen, die Botschaft des Sortiments und die Zielgruppe klar zu identifizieren“, weiß Caroline Martens, Leiterin des EHI Retail Institute Lab. Die Gewinner kommen aus Deutschland, Österreich, Großbritannien und Portugal – und überzeugten vor allem mit zukunftsweisenden Nachhaltigkeitsideen, spannenden Design-Inszenierungen und innovativen Handelsprojekten.

#### À la carte im Supermarkt

Drei Jahre und rund 10 Mio. € hat man in der Wiener Innenstadt in Planung und Umbau investiert, um schließlich im Mai 2021 die Interspar-Filiale im ehemaligen Sitz des Wiener Bankvereins „Haus am Schottentor“ zu eröffnen. Das denkmalgeschützte Gebäude aus der Gründerzeit gilt bis heute als prägender Orientierungspunkt für Bankneubauten in ganz Europa. Für die Planungsverantwortlichen war von Beginn an klar, dass es mit der historischen Substanz des Gebäudes zu arbeiten gilt. Um den Anforderungen der neuen Nutzung gerecht zu werden, kombinierten sie Materialien aus der Erbauungszeit (1909 bis 1912) mit moderner Technik.

Rund fünf Jahre nachdem die letzten Bank-Mitarbeiter:innen das Gebäude verlassen haben, zogen 2021 rund 160 Mitarbeiter:innen von Interspar ein. Und wo im Kassensaal einst Banknoten über das Kassenspult gingen, werden nun auf 1.770m² Verkaufsfläche Kund:innen mit warmen Panini, heimischem Dry Aged Beef und fangfrischem Huchen bedient. „Wir möchten alle Menschen in der direkten Umgebung ansprechen und sozusagen eine genussvolle Alternative zum ‚Wurstsemmerl‘ anbieten“, sagt Johannes Holzleitner, Interspar →

© Fotos: Interspar/Faruk Pinjo, Tessuti/French Tye, Coolblue



### ② SIEGERKATEGORIE Fashion Lifestyle

Tessuti Liverpool One, Liverpool  
 Retail Design: Counterfeit Studio

### ③ SIEGERKATEGORIE Digital

Coolblue, Düsseldorf  
 Retail Design: Desarc



## Shop Adventures (3/3)

retailAusgabe 01/2023 | Seite 44, 45, 46 | 14. April 2023  
 Auflage: 5.000 | Reichweite: 14.500

PEMA Immobilien

### Über 100 Teilnehmer

103 Bewerbungen aus 31 Ländern  
 42 Nominierte im Finale  
 5 Kategorie-Sieger



#### 🏆 SIEGERKATEGORIE Hospitality

Casa Portuguesa do Pastel de Bacalhau, Vila Nova de Gaia  
 Retail Design: Grupo O Valor do Tempo

#### 🏆 SIEGERKATEGORIE Sustainability

Adidas Terrex Flagship Store, München  
 Retail Design: Adidas Design Team and Checkland & Kindleysides mit Stadler Interior Services

→ Österreich-Geschäftsführer. Rund ein Drittel des Marktes ist für den schnellen Genuss reserviert. Die Schwerpunkte im Sortiment liegen auf Snacks und warmen Speisen für die Mittagspause, Fisch, Fleisch und Käse sowie auf vegetarischen und veganen Lebensmitteln. Neu ist auch das Mezzanin, das erste À-la-carte-Restaurant der Supermarktkette. Angeboten werden klassische österreichische und saisonale Gerichte, vom Frühstück bis zum Dinner, vor Ort in Bedienung oder zum Mitnehmen.

#### Digital & nachhaltig

Zweimal wurden Projektumsetzungen aus Deutschland gewürdigt. In der Kategorie „Digital“ konnte Coolblue die Jury überzeugen. Der erste Shop des Online-Elektrohandlers, der sich seit 2021 in Düsseldorf befindet, setzt auf die Verschmelzung von digitalen und stationären Verkaufskanälen. Produkte können von den Kund:innen vor Ort live getestet sowie im Onlineshop mit anderen Artikeln verglichen und bestellt werden. Hilfreich ist dabei die Coolblue-App mitsamt Augmented-Reality-Funktionalitäten. Abgerundet wird das Angebot der niederländischen Handelskette mit Click & Reserve, Click & Collect sowie der Möglichkeit des mobilen Bezahls.

Nachhaltigen Eindruck hat auch der Adidas Terrex Flagship-Store in München hinterlassen. Die Inneneinrichtung des ersten Flagship-Stores der Outdoor-Division von Adidas in Europa besteht aus natürlichen, ressourcenschonenden und recycelbaren Materialien. Digitale Instore-Tools stellen die technologieaffine junge Kundschaft zufrieden. Adidas möchte mit dem Store laut eigenen Aussagen die eigene Outdoor-Community stärker einbinden und den regelmäßigen Austausch fördern. Interessierte sollen so an den Outdoor-Sport herangeführt und Gleichgesinnte miteinander vernetzt werden. 🌱

© Fotos: Messe Düsseldorf, CPPB Gaia, Adidas