

DAS FACHMAGAZIN FÜR SHOPEINRICHTUNG, BETRIEBSFÜHRUNG UND WARENSORTIMENT

shopFACT

KaDeWe - The Loft

Shop ZOË

Diesel Flagship Kohlmarkt

Vivienne Westwood Mono-Store

Flagshipstore Breitling

Pavillon Juwelier Heemeyer „oh'baby“

Amicis Women Fashion Store

CJ Schmidt Modehaus & Intersport

Kaiser - Das Modehaus der Dame

SCS Vösendorf

Bogner Shop

tragbar

shopFASHION

Baselworld, OPTI & Cosmetica

Modemessen im Überblick

The Kooples - Identität und Marke

Fashiontrends



Luxus für Profis

In St. Imier in der Schweiz gründete Leon Breitling 1884 sein gleichnamiges Label, das heute für seine zuverlässigen Uhrenmodelle weltbekannt ist. Modelle wie der „Navitimer“ und der „Chronomat“ sind Kultobjekte für Piloten auf der ganzen Welt. Seit November 2012 sind die luxuriösen „Instruments for Professionals“ auch am Wiener Kohlmarkt zu finden. Für die Umsetzung des Shop-Konzeptes wurde smartvoll architektur als verantwortlicher Partner beauftragt.

Eine Positionierung der edlen Marke an einer der Top-Luxusdestinationen Europas war Voraussetzung für die Standortsuche. In der Wiener Innenstadt eröffnete nun der erste Breitling Flagshipstore Österreichs, der auch für die Bedienung der Ostländer eine wichtige Rolle spielt. Hier stehen derzeit, flankiert von Top-Labels aus aller Welt, gerade einmal 48 m² für die Präsentation des gesamten Breitling Sortiments sowie der Kollektion Breitling for Bentley zur Verfügung. Dank intelligenter Raumplanung ist dabei auch noch Platz für exklusiv limitierte Exemplare. Eine Erweiterung der Geschäftsfläche ist zwar bereits in Planung, 400 m² wie im New Yorker Flagship Store werden es aber auch dann nicht werden. Dennoch: Das zugrunde liegende Konzept ist das selbe.

Transparenz als CI

Und der Wiedererkennungseffekt ist in jedem Fall gelungen. Wie in New York ist das Innere des Stores von edlem Walnussholz, sonnengelben Farbakzenten und den Neo-Pop-Kunstwerken von Kevin T. Kelly geprägt. Die großformatigen Drucke thematisieren durchwegs die Nähe zum Flugsport und ziehen die Blicke der zahlreichen hier flanierenden Städter und Touristen gleichermaßen auf die raumhohen Auslagen. Ungewöhnlich für einen Uhrenfach-

handel ist die gelebte Transparenz. Bereits von der Straße aus ist der Blick auf den Shop und auf die gezeigten Modelle möglich. Das für die Auslagen verwendete Weißglas ist nur zu zwei Prozent mit Eisenoxid versehen und erlaubt dadurch mit dem geringst möglichen Grünstich eine farbneutrale Wiedergabe der Uhren. Behutsam wurden die Auflagen des Bau- und Denkmalamtes mit den spezifischen Anforderungen des Schweizer Bauherrn koordiniert. Zwar konnten die Auslagenscheiben bis auf Straßenniveau fortgeführt werden, die für Breitling typische Fassade in Edelstahl wurde jedoch nicht genehmigt. Daher entschieden sich die ausführenden Architekten für eine Lösung aus schwarzem Granit, der bereits in der Pariser Boutique Anklang gefunden hatte.

Der Shopingang konnte bündig mit der Straße nach links versetzt werden und befindet sich nicht mehr nach innen versetzt quasi mitten im Geschäft. Weiters wurde der gesamte Boden des Shops um 12 cm abgesenkt und ist nun ebenerdig zum Kohlmarkt ohne Schwelle begehbar. Rechts vom Eingang befindet sich ein großzügiger Beratungsplatz. Die an eine Komposition aus Baumstämmen erinnernde Sitzbank und der ellipsenförmige Tisch entsprechen ganz dem Corporate Design und sind auch bei Breitling in Paris oder New York zu finden.

Optische Größe

Im linken Shopbereich führen Vitrinen aus gebürstetem Edelstahl in die Raumflucht. Für die Wandgestaltung wurde ein stark linear strukturiertes Holzboard gewählt. Durch die Strukturierung nimmt das schallabsorbierende Quadrillo Panel den Flächen Volumen und eignet sich damit perfekt auch für kleinere Räume. Spiegel im oberen Wandbereich suggerieren eine Deckenerweiterung – ganz im Sinne von Adolf Loos – und lassen die vorhandenen Dimensionen deutlich großzügiger erscheinen. Für den Boden und für Kleinmöbel, wie das Pult, wo eine erhöhte Widerstandsfähigkeit erforderlich ist, wurde amerikanische Walnuss verwendet. Gelbes Leder in den Vitrinen setzt farbintensive Akzente. Anthrazit und hellere Grautöne umrahmen den Breitling for Bentley Corner im hinteren Shopbereich. Über die einzelnen Präsentationsflächen gelangt der Kunde schließlich bis zum Beratungspult. Trotz der einzelnen Zonen und Nischen kommuniziert der Shop vom Eingang bis zum abschließenden Pult Übersichtlichkeit und Transparenz.

Besonders wichtig war es dem renommierten Unternehmen auch, die technisch hochentwickelten Luxusartikel in möglichst farbechtem Licht zu zeigen. Daher haben sämtliche eingesetzte Lichtquellen den besten derzeit am Markt erhältlichen Colour-Rendering-Index (CRI), der mit über 90 Ra möglichst nahe am Tageslicht (Ra = 100) liegt.

Die einzelnen Leuchtmittel für eine professionelle Produktbeleuchtung in den Vitrinen, die großflächigen Sujet-Hinterleuchtungen sowie die Wandzonenbeleuchtung und die in der Shopdecke sitzenden Richtstrahler für die Shop-Grundhelligkeit wurden in ihrer Gewichtung für den Store gleichwertig eingesetzt.

„Für eine Produktpräsentation in diesem hochpreisigen Marktsegment ist beste Lichtqualität ein absolutes Muss“, erklärt der Wiener Licht- und Leuchtendesigner Johannes Jungel-Schmid, der bereits Beleuchtungskonzepte für mehrere Stores am Kohlmarkt und Graben entwickeln konnte. Der neue Breitling Store fügt sich nahtlos in das Who is Who der Wiener Luxusmeile und setzt ein mutiges und modernes Statement im renommierten Uhrensektor.



Fotos: Studio Baumann



Flagshipstore Breitling Wien

Adresse: Kohlmarkt 3, A-1010 Wien
Bauherr: Breitling Austria & Eastern Europe
Store Manager: Thomas Wimmer
Architekt/Planer: Smartvoll Architektur
 Buxbaum & Kircher GesmbH

Verkaufsraum: 48 m²
Planungsbeginn: April 2012
Bauzeit: 2 Monate
Eröffnung: 12. November 2012