

EDEKA meets VW: Wanzl plant und realisiert Retro-Supermarkt im neuen Luitpoldviertel Nürnberg

EDEKA Schmitt & Louzil eröffnet in ehemaligem Autohaus einen Flagship-Markt im Stil der 50er Jahre

Leipheim, April 2024

Im neuen Nürnberger Stadtquartier Luitpoldviertel hat Retail-Experte Wanzl einen außergewöhnlichen Supermarkt im Stil der 50er Jahre für die EDEKA-Unternehmensgruppe Schmitt & Louzil entworfen, die bereits sehr erfolgreich Märkte in Schwaig bei Nürnberg sowie in Lauf an der Pegnitz betreibt. Das Besondere dieses EDEKA-Marktes ist die unter Denkmalschutz gestellte bauliche Substanz des ehemaligen Autohauses Krauss. Das Gebäude wurde 1954 errichtet und bot viele Jahre Platz für einen der größten Volkswagen-Händler Mittelfrankens. Diese faszinierende Historie des Gebäudes wurde bis ins kleinste Detail vom hauseigenen Wanzl Creative-Designteam bei der Gestaltung des 1.580 m² großen Flagship-Marktes berücksichtigt, um den Kunden als Hommage an die Ursprünge des VW-Autohauses das Lebensgefühl der 50er Jahre authentisch zu vermitteln. Vom Einkaufswagen in Pastellfarben über die Deckenbeleuchtung im Chromradkappen-Look bis hin zu amüsanten Retro-Grafiken an den Wänden wird so ein unterhaltsames und zugleich deutschlandweit einzigartiges Einkaufserlebnis geboten.

Mit dem Einkaufswagen in die 50er Jahre reisen

Beim Eintreten werden die Kunden des neuen EDEKA Luitpoldviertel – Spitzname „Lui“ – von einem Blumenmeer begrüßt und hineingeworfen in die pastellfarbene Ära der 50er Jahre. Auf die spannende Vergangenheit des Gebäudes verweist neben dem Eingang die Inschrift „ehemaliges Autohaus Krauss“ zusammen mit einem halbierten VW-Käfer an der Wand in den typischen EDEKA-Farben Gelb und Blau. Neben der als VW-Bus designten Leergut-Rücknahme befindet sich zudem eine Schautafel mit historischen Bildern und Daten zum Autohaus. Hellblaue Wände, Infoschilder im Retro-Stil und runde Deckenleuchten im Stil strahlender Chromradkappen alter VWs stimmen das einheitliche Gestaltungskonzept ab. „Das ehemalige Autohaus Krauss ist ein ganz besonderer Standort für uns und für die Region. Unser Ziel war es, die Historie des Gebäudes in das Design des EDEKA-Marktes aufzunehmen und nach dem Motto ‚EDEKA meets VW‘ die Anfangsgeschichte als Autohaus mit dem modernen EDEKA-Markt zu vereinen“, erinnert sich Christoph Schmitt, der zusammen mit seinem Unternehmenspartner Wolfgang Louzil den neuen EDEKA-Markt betreibt. Sie wünschten sich für ihren Markt ein einheitliches Gesamtkonzept: „Uns war eine optimale Gestaltung wichtig und zugleich galt es, die Anforderungen des Denkmalschutzes zu berücksichtigen. Wir wollten daher alles aus einer Hand – von der Planung und dem Design des Marktes bis zur Produktion der Innenausstattung sowie deren Montage. Und da war die Firma Wanzl für uns die Nummer Eins.“

Bauliche Herausforderungen eines denkmalgeschützten Autohauses

Das Gebäude des ehemaligen Autohauses Krauss ist auf einem Dreiecksgrundstück gebaut. Aufgrund der Beteiligung des Denkmalschutzes musste bei der Innengestaltung jeder Aspekt durchplant werden. „Die gebogene Form des Gebäudes stellte in unserer Planung eine Herausforderung dar, da sie eine noch strukturiertere Platzierung aller Abteilungen und Regale erforderte. Zudem galt es, unterschiedliche Deckenhöhen im Markt mit individuellen Gestaltungslösungen zu berücksichtigen“, berichtet Desiree Hinz, Interior Designerin bei Wanzl. Die gesamte Planung und Gestaltung des Marktes erforderte viel Sorgfalt und erstreckte sich über einen Zeitraum von etwa einem Jahr, in dem Wanzl mit den beiden Marktbetreibern eng zusammenarbeitete. „Christoph Schmitt und Wolfgang Louzil waren von Anfang an sehr aufgeschlossen für ausgefallene Konzeptideen, um der Historie des Gebäudes gerecht zu werden“, erklärt Tino Pilharcz, Senior Director bei Wanzl, und führt weiter aus: „Im Rahmen der Planung und Konzeption besuchten wir zur Inspiration das Privatmuseum von Uwe Feser in Schwabach, einer der prominentesten VW-Händler Deutschlands. Es folgte eine ausführliche Recherche über die Stilelemente der 50er Jahre und die Historie des Gebäudes. Auf dieser Basis haben wir das Storytelling für den Ladenbau entwickelt und im Design umgesetzt.“

Das außergewöhnliche Storytelling des Retro-Supermarktes

„Am liebsten gehe ich den Markt von vorne bis hinten durch. Schritt für Schritt erwarten den Kunden auf dem Weg durch die Regalreihen kleine Aha-Effekte. Denn wir holen den Kunden nicht nur mit einer Abteilung ab, sondern es gibt immer wieder Fixpunkte, mit denen wir ihn zum Stehenbleiben bringen und begeistern“, beschreibt Christoph Schmitt das Konzept des Marktes. Als erste Station erwartet die Kunden des EDEKA Luitpoldviertel eine in frisches Blau und Zitrusgrün gehaltene Obst- und Gemüseabteilung mit Holzwänden und -kisten, die an einen Hofladen erinnern und das Gefühl von erntefrischen Produkten vermitteln. Hier und in allen folgenden Abteilungen finden sich ausgefallene Grafiken, die gekonnt Schwarz-Weißbilder aus den 50er Jahren mit Abbildungen von Lebensmitteln und Oldtimern kombinieren. Beispielsweise besteht der Rock einer Tänzerin aus einem leuchtend grünen Salatblatt, ein großer Brokkoli wächst aus dem Dach eines VW-Busses oder die Augen eines vornehmen Herren mit Schnurbart bestehen aus zwei Kiwischeiben. In der farblich an einen Limonadenstand angelehnten Getränkeabteilung bringen selbstironische Sprüche wie „Was ist das für ein Saftladen?!“ zum Schmunzeln, während hellblaue Fliesen mit weißen Kreisen, die aussehen wie Luftblasen, an fröhliche Freibadtage denken lassen. Im edlen Kontrast steht die Wein- und Spirituosenabteilung, die mit ihrer dunklen Holzvertäfelung, den Weinfässern, den antik wirkenden Wand- und Deckenleuchten sowie einem Schachbrettmuster am Boden das Ambiente eines alten Weinkellers widerspiegelt und Kunden dazu veranlasst, einen der edlen Tropfen persönlich zu verkosten.

In Teamarbeit zu einem stimmigen Gestaltungskonzept

„Eine enge Zusammenarbeit mit Wanzl war uns sehr wichtig, damit unsere Ideen verstanden und tatsächlich umgesetzt werden“, so Christoph Schmitt. „Wir sind immer wieder ins Gespräch gegangen,

haben einzelne Grafiken besprochen und überarbeitet, Muster und Dekore bestimmt und auch die optimale Beleuchtung pro Abteilung gemeinsam mit Wanzl gefunden. Das war eine tolle Zusammenarbeit!“ Eine originelle Deckenbeleuchtung erwartet die Kunden des EDEKA Luitpoldviertel in der Süßwarenabteilung. Die in Rosa gehaltene „Candystreet“ ist überdacht von einem großen Kreisel, der gestreift ist wie ein Lolly und bestückt ist mit vielen kleinen Glühbirnen. Ein paar Schritte weiter gelangt man in die Drogerie-Abteilung. Von der Decke hängen hier gewölbte Spiegel und runde Lampen, die wie im Eingangsbereich des Marktes die legendären Chromradkappen der VW-Käfer als Gestaltungselement aufgreifen. Tino Pilharcz erklärt das gestalterische Vorgehen von Wanzl: „Unser Ziel war es, einen einzigartigen Markt zu schaffen, der sowohl zur Geschichte des Gebäudes als auch zur persönlichen Erfahrung der Kunden passt. Wir wollten den Besuchern die Historie des Gebäudes näherbringen und durch unser Storytelling sowie die farbenfrohe Gestaltung das Lebensgefühl der 50er Jahre vermitteln.“

Bewährte Regale und Einkaufswagen von Wanzl im Einsatz

„Im EDEKA Luitpoldviertel kommen verschiedene Produkte von Wanzl zum Einsatz, wie unter anderem der Vitable® in der Obst- und Gemüseabteilung, der sich an das Aussehen der guten alten Marktstände anlehnt. Das Regal wire tech 100 überzeugt hingegen durch seine vielseitigen, designspezifischen Anpassungsmöglichkeiten. Mit Hilfe der Regalsysteme konnte die geschwungene Form des Gebäudes problemlos in das Ladenkonzept integriert werden. Zugleich verleihen sie durch Farb- und Materialvariationen den einzelnen Abteilungen ihren individuellen Charakter“, erklärt Tino Pilharcz. So sind die Regale in der Drogerie-Abteilung rosa und hellblau sowie mit rosa Fliesen versehen, die an alte Bäder aus den 50er Jahren erinnern. Helle Marmorfliesen und eine Holzvertäfelung im Fischgrätenmuster finden sich hingegen an der ausladenden Frischetheke und machen aus „Butscher's World“ ein weiteres optisches Highlight. Überall im Markt wird deutlich, dass man sich hier in keinem gewöhnlichen EDEKA befindet. Das fällt schon alleine daran auf, dass die alte Version des EDEKA-Logos in Schreibschrift aus den 50er Jahren verwendet wird. Gekonnt werden Historie und Moderne im „Edeka Lui“ kombiniert: Die Einkaufswagen von Wanzl sind als Hommage an die 50er Jahre in unterschiedlichen Pastellfarben designt. Zwischen Retro-Grafiken und Pastellfarben finden sich modernste Kühltheken, Selfservice-Terminals und eine Produktvielfalt mit allem was das Herz im 21. Jahrhundert begehrt.

Wanzl erschafft einen besonderen Lebensmittelmarkt

„Unsere Kunden sind durchweg begeistert von dem Design des Marktes im ehemaligen VW-Autohaus. Denn so einen Lebensmittelmarkt gibt es kein zweites Mal in Deutschland“, berichtet Christoph Schmitt und ergänzt: „Wir selbst sind ebenfalls sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit mit Wanzl. Unsere Wünsche wurden von Wanzl aufgegriffen und anschließend hervorragend in einem stringenten Konzept- und Designentwurf umgesetzt. Mithilfe der langjährigen Erfahrung von Wanzl, konnten in unserem neuen Markt verschiedene aufmerksamkeitsstarke Highlights geschaffen werden.“ Auch Tino Pilharcz sieht in dem Kundenprojekt EDEKA Luitpoldviertel ein perfektes Beispiel, wie Wanzl in enger Abstimmung und auf Augenhöhe mit dem Kunden, dessen Wünsche durch die Expertise der zusammenarbeitenden Wanzl-

Bereiche Vertrieb, Planung und Projektmanagement zum Leben erwecken konnte: „Wir bedanken uns für das Vertrauen und sind stolz, von der ersten Idee bis zur Realisierung die Geschichte des EDEKA Luitpoldviertel erzählen zu können.“

Pressekontakt:

kiecom GmbH ♦ Tobias Schneider ♦ Rosental 10 ♦ 80331 München ♦ Tel. 089/23 23 62-0 ♦ t.schneider@kiecom.de

kiecom GmbH ♦ Svenja König ♦ Rosental 10 ♦ 80331 München ♦ Tel. 089/23 23 62-0 ♦ koenig@kiecom.de

WANZL – dynamisch handeln

Seit 1947 ist Wanzl der Motor des Handels. Als Hersteller von Draht-Einkaufswagen gestartet, ist das Unternehmen heute weltweit innovativer Schrittmacher für Retail Solutions. Wanzl realisiert als Gesamtlösungsanbieter einzigartige Einkaufserlebnisse. Das können innovative Produkte wie smarte Einkaufswagen und Warenpräsentationsysteme sein, digitale Lösungen, aber auch kreative Shop-Konzepte wie 24/7-Stores und Fulfillment-Formate. Zudem zählen individuelle Logistiklösungen aus dem Geschäftsfeld Material Handling, vollautomatisierte Zutritts- und Besuchermanagement-Systeme aus dem Geschäftsfeld Access Solutions sowie Premiumprodukte für Flughäfen und Hotels aus den Bereichen Airport und Hotel Services zu den Kernkompetenzen des Unternehmens. Mit über 4.600 Mitarbeitenden, 11 internationalen Produktionsstandorten in 7 Ländern, 27 Vertriebsniederlassungen und rund 50 Vertretungen steht Wanzl weltweit als leistungsstarkes und wertorientiertes Familienunternehmen an der Seite seiner Kunden. **REALIZED BY WANZL.**