

Regionale Tradition modern adaptiert – Ulm erleben bei EDEKA Dörflinger

Wanzl gestaltet die Filiale in den neuen Sedelhöfen als Hommage an die Stadt und ihre Gesichter

Leipheim, Juli 2020

In Ulm, um Ulm und um Ulm herum – in der seit Juli neu eröffneten EDEKA Filiale Dörflinger erwartet die Kunden beim Einkauf eine facettenreiche Interpretation ihrer Heimat. Auf insgesamt 2.000 qm Verkaufsfläche kann man Ulms Flair, Geschichte und Wahrzeichen erleben, sehen und schmecken. Die Einkaufslandschaft in den zwischen Fußgängerzone und Hauptbahnhof gelegenen Sedelhöfen verspricht ein ganzheitliches Shopperlebnis. Der Experte für innovativen Ladenbau, Wanzl Shop Solutions, verknüpft hier auf einzigartige Art und Weise regionale Tradition mit urbaner Moderne.



Die geschichtsträchtigen Sedelhöfe symbolisieren als neu gebauter Gebäudekomplex am Albert-Einstein-Platz im Herzen der Stadt die urbane Verschmelzung von Wohn-, Arbeits- und Einkaufswelt – ein Aushängeschild für Ulm und das Tor zur „Stadt der kurzen Wege“. EDEKA Dörflinger hat eine der größten Ladenflächen in den Sedelhöfen und ist nach den Märkten in Gerstetten sowie Langenau die dritte Filiale der Familie. In allen Geschäften prangt als Gütesiegel „Das BESTE aus der Region“. „Diesen Anspruch der Familie Dörflinger auf Regionalität als Qualitätsversprechen haben wir in unser Einrichtungskonzept mit einfließen lassen“, erklärt Tino Pilharcz, Leitung Key Account Management EDEKA National bei Wanzl. „Viele Produkte im Sortiment kommen aus der Ulmer Umgebung. Unser Ziel



war es, dieses Lokalkolorit auch in das Shop-Design zu integrieren. Der Kunde soll beim Einkauf ein Stück Heimat erleben.“ Das Design ist in klarer Optik gehalten, Materialien aus Holz, Natur- und Backstein erzeugen eine ruhige Atmosphäre, während in regelmäßigen Abständen die typischen schwarz-weißen Stadtfarben und Wahrzeichen Ulms, wie das berühmte Ulmer Münster, in die Deko integriert werden.



Im Stil des Wochenmarktes auf dem Münsterplatz wird in der Obst- und Gemüseabteilung die heimische Herkunft der Produkte in den Vordergrund gerückt. Unter grün-weißen Markisen in rustikalen Holzkisten präsentiert sich das Obst und Gemüse appetitlich erntefrisch und lädt zum Zugreifen ein. Dafür sorgt eine flexible Customized-Lösung im Stil eines Marktstandes von Wanzl. Gestapelte Holzkisten und Bastkörbe setzen ländliche Akzente. Die Wände sind in rotem Bachstein gestaltet und vermitteln so den Eindruck einer altertümlichen Stadtmauer. Große Glasscheiben erzeugen ein offenes, helles Raumgefühl. Frische gibt ebenso beim integrierten Sushihäuschen den Ton an, denn Kimchi, Sashimi und Maki werden hier nach dem Motto „Fresh. Sushi. Asian“ live und vor Ort zubereitet. Auch optisch fügt es sich mit seiner Thekenfront aus Massivholz und schwarzem Stahl harmonisch in das Gesamtkonzept.

Auf den Spuren der Donau wandelt der Kunde nun weiter zur Fischtheke. Tino Pilharcz erläutert: „Wir haben uns für das Design der Theke von der berühmten Ulmer Schachtel inspirieren lassen. Sie ist ein traditionelles Holzschiff, das im mittelalterlichen Ulm häufig für Transporte auf der Donau genutzt wurde. Typisch für die Ulmer Schachtel sind die schwarz-weißen Streifen im Bug, die sich so auch auf der Thekenfront finden. Um den Schiffscharakter zu perfektionieren, haben wir noch Paddel aus Holz und alte Schiffslaternen an der Wand angebracht.“ An der hell erleuchteten weißen Decke, die Fisch-, Fleisch-, Wurst- und Käsetheke miteinander verbindet, wurde ein weiteres Motiv integriert, das identitätsstiftend für die Stadt ist. „Der Spatz gehört zu Ulm. Einer Sage nach war er maßgeblich beteiligt am Bau des Ulmer Münster, indem er damals vor der Nase der Arbeiter mit einem Zweig im Schnabel durch das Stadttor geflogen ist. Alles Übrige ist Geschichte“, schmunzelt Pilharcz. „Den Ulmer Spatzen wollten wir daher natürlich nicht außen vor lassen. Wir haben Spatzenfiguren hängend an der Decke angebracht, damit sie so wirken, als würden sie durch den Raum fliegen.“ Auch für den Übergang von der Käse- zur Wursttheke wird ein städtisches Wahrzeichen adaptiert: Auf voller Deckenhöhe mit weißem Hintergrund ziert ein schwarzes Piktogramm des Ulmer Metzgerturmes die Wand.



Im daran anschließenden „Bistro“ bringen schwarze Pendelleuchten das helle Holz an Theke und Wand gelungen zur Geltung. Seitlich der Theke laden ein Massivholztisch und elegante Bistrostühle zum Verweilen ein. Dezentente grüne Fliesen erreichen räumliche Trennung und setzen einen heimeligen Farbakzent. Das Bistro versprüht mit seinem

warmen Dekor und der großen, beschrifteten Schiefertafel mit Zeichnungen von Espresso, Café Latte und Co. ein gemütliches Flair. Zwei große Bodenelemente von rustikalen Spirituosenfässern markieren wie Embleme den Übergang in die Welt der Getränke.

Das großzügige Weinsortiment wird der Kundschaft von EDEKA Dörflinger in besonderer Weise präsentiert. Auf großen wire tech-Regalen aus Schwarzstahl sind hölzerne Weinfässer gebart und suggerieren so die Atmosphäre eines traditionsreichen Weinkellers, während die Flaschen auf dem filigranen Regalsystem von Wanzl regelrecht zu schweben scheinen. Zentral in der Mitte des Raumes zieht eine Säule aus Naturstein mit dem Piktogramm des Ulmer



Metzger Turmes alle Blicke auf sich, denn er wirkt beinahe plastisch – eine passende Kulisse für edle Tropfen, die um den Turm herum auf großen Kisten und Holzregalen eine Bühne bekommen. „Diese Art von Warenpräsentation nennt sich staging“, erklärt Pilharcz. „Der Metzger Turm ist ohnehin ein Blickfang, und die Weine wirken mitten im Raum auf Podeste gestellt einfach ganz besonders.“ Im Hintergrund geht das fortlaufende Rot der Ziegelmauer nun in einen beigen Hintergrund über, auf dem erneut Ulmer Wahrzeichen zu sehen sind.



Der Bereich „Unverpackt“ ist im wahrsten Sinne des Wortes ein Highlight – der Schriftzug ist gut sichtbar in weißen Lettern auf der roten Backsteinwand angebracht und wird von einem Spotlight indirekt beleuchtet. Dieses subtile Beleuchtungskonzept findet auch in anderen Abteilungen bei EDEKA Dörflinger Verwendung. Im verpackungsfreien Segment trifft Regionalität auf modernen Zeitgeist und Nachhaltigkeit. Denn Getreide, Nüsse, Müsli und Süßes

sind in großen, transparenten Spendern nebeneinander aufgereiht und werden zur Vermeidung von Plastikmüll vor Ort abgefüllt.

Endgültig in der Moderne angelangt ist man in der Leergutabteilung. Die Backsteinmauer bekommt einen modernen Touch, indem leuchtend bunte Graffiti an der Backsteinwand angebracht wurden. In diesem Umfeld wird selbst der Feuerwehrrkasten zum Dekoelement, der gemeinsam mit dem Graffito den rustikalen Charme der Backsteinmauer bricht und die Stadtgeschichte somit in die Gegenwart führt. Das aufgesprühte „urban“ ist Programm, während bunte Pfeile im Graffito den Weg zur Leergutannahme weisen. Zeitgemäß und in den typischen Ulmer Farben ist auch die Kosmetikabteilung gestaltet. Das Design der weiß vertäfelten Säulen und Hängeleuchten erinnert an ein elegantes Zimmer in einem der

Ulmer Stadthäuser. Von einem mit Leuchtkugeln umrahmten Schminkspiegel blickt das Porträt einer Dame entgegen – ein gelungenes Umfeld für die farbenfrohen Tiegel, Cremes und Tuben.



Farblich passend in modernem Look folgt schließlich die Kassenzone: Große Rohre, Gitterelemente und Schwarzstahl im Industrial-Design generieren eine Atmosphäre von Urbanität, die durch das futuristische Beleuchtungskonzept noch verstärkt wird. Hängende, runde Leuchten spenden kühles Licht und wirken vor der Deckenkulisse beinahe sphärisch. Der stets hochfrequentierte, turbulente Bereich des POS wird

wiederum durch die blockhafte Gestaltung der einzelnen Kassentische, breite Gänge und eine klare Wegführung beruhigt. Auf den Kassenfronten ist in Weiß mit schwarzem Hintergrund abschließend noch einmal das Ulmer Münster verewigt. Im Self-Check-Out-Bereich grüßt der wohl berühmteste Sohn der Stadt: Albert Einstein. Er ist in den Sedelhöfen geboren und Namensgeber des Platzes. Sein Konterfei ist gemeinsam mit seiner berühmten Relativitätstheorie auf einer großen, schwarzen Schiefertafel abgebildet

So erleben die Kunden im EDEKA Dörflinger ein einzigartiges Shopformat, bei dem Wanzl Stadtgeschichte in modernem Flair adaptiert – eine gelungene Hommage an Ulm und seine vielen Gesichter, die in den Sedelhöfen als neues Tor zur Stadt einen würdigen Platz findet.

Pressekontakt:

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

WANZL

Wir bringen Ideen ins Rollen. Handeln mit System

Wanzl, gegründet 1947, ist ein Pionier der Selbstbedienung und Schrittmacher für den internationalen Handel. Heute zählen Shop Solutions, Retail Systems, Logistics + Industry, Airport, Access Solutions und Hotel Service zu unseren Geschäftsbereichen. Als Innovationsführer entwickeln, produzieren und vertreiben wir Produkte, Systeme und kundenindividuelle Lösungen in Premiumqualität rund um Einkauf und Verkauf, Warenpräsentation, Transport und Sicherheit. Mit über 5.000 Mitarbeitern, 12 internationalen Produktionsstandorten, 27 Vertriebsniederlassungen und rund 50 Vertretungen stehen wir als in dritter Generation familiengeführtes Unternehmen weltweit an der Seite unserer Kunden. **MADE BY WANZL.**