

Inspiration für Räume mit Charakter

Inspiziert von Japan als progressivem Vorreiter für erlebnisorientierte Handelsformate, fungiert der Japan Concept Store als Trendlabor und zugleich als methodischer Showcase für den Design-&-Build-Ansatz von Wanzl. Hier zeigt das Retail Design Team, wie sich internationale Einflüsse, funktionales Retail-Denken und gestalterische Kompetenz verbinden lassen.

Japan steht für Subkultur, Stil und eine Esskultur, die Ästhetik und Achtsamkeit vereint. Genau diese Haltung überträgt Wanzl in ein Konzept, das fünf unterschiedliche Handelswelten funktionell und gestalterisch konsequent zusammendenkt: Discount, Fine Food, Cash & Carry, Fashion Flagship und High Street Retail. Der Japan Concept Store ist dabei bewusst keine Blaupause, sondern ein Interpretationsraum. Er zeigt Möglichkeiten auf, regt zum Weiterdenken an und lässt sich je nach Markt, Zielgruppe und Aufgabenstellung adaptieren.

Jede der fünf Perspektiven steht exemplarisch für unterschiedliche Anforderungen im Handel. Das Discount-Konzept für Trend-Food verbindet Effizienz mit visueller Klarheit. Der Fine-Food-&-Culture-Bereich inszeniert hochwertige Spezialitäten mit Fokus auf Qualität und Wertigkeit. Shop-in-Shop-Lösungen für B2B zeigen modulare Konzepte für strukturierte Flächen. Die Fashion-Boutique demonstriert Roll-out-taugliche Gestaltung mit Wiedererkennungswert, während die trendige Mini-Boutique subkulturelle Mode und Pointierung in den Mittelpunkt stellt. Gemeinsam machen diese Welten sichtbar, wie Sortimentslogik, Zielgruppenansprache und Raumwirkung ineinandergreifen.

Der Japan Concept Store versteht sich als Kommunikationsformat für Handel, Architektur und Markenverantwortliche. Er macht erlebbar, wie das internationale Retail Design Team von Wanzl denkt – funktional und umsetzungsnah. Planung und Design basieren auf technischer Kompetenz ebenso wie auf gestalterischem Feingefühl. Projekte werden vom ersten Entwurf bis zur realisierten Fläche ganzheitlich begleitet, ohne den konzeptionellen Anspruch aus den Augen zu verlieren.

Als Teil des Gesamtauftritts ordnet sich der Japan Concept Store in das Leitmotiv Creating Shopopportunities ein. Er zeigt, wie neue Ideen entstehen können, wie Design zur funktionalen Lösung wird und wie aus Inspiration konkrete Handlungsoptionen für den Handel erwachsen.