

Regional verwurzelt, mediterran inspiriert: Wanzl gestaltet in Taunusstein-Wehen nächsten EDEKA Pessios

Griechisches Flair trifft auf starke EDEKA-Identität

Leipheim, Oktober 2025

Nach dem großen Erfolg in Nastätten hat Wanzl gemeinsam mit Inhaber Michael Pessios in Taunusstein-Wehen, Hessen, den nächsten EDEKA-Markt im mediterranen Look & Feel gestaltet. Auf 1.600 Quadratmetern Verkaufsfläche werden die Wurzeln des Inhabers erneut subtil aufgegriffen und zugleich die EDEKA-Markenidentität noch stärker in Szene gesetzt. Entstanden ist ein Einkaufsort, der Regionalität, Funktionalität und Individualität miteinander verbindet. Für Michael Pessios ist es der dritte EDEKA-Markt in der Region, der auch dieses Mal in enger Abstimmung mit ihm und der Abteilung ‚Ladenplanung & Design‘ von EDEKA Südwest sowie von den Wanzl-Experten für Ladenbau und Projektmanagement realisiert wurde.

Weiterentwicklung des bewährten Designs

Weiß als prägende Marktfarbe, griechische Architekturelemente, mediterrane Dekorationen, Blau-Weiß-Kontraste und helle Naturmaterialien – das eindrucksvolle Grundkonzept des Nastätter Marktes wurde beibehalten. „Das Design begeistert die Kunden bis heute und ist nahezu einzigartig in Deutschland. Doch in Taunusstein-Wehen wollten wir keine bloße Kopie schaffen, sondern das Konzept authentisch weiterentwickeln und zugleich die EDEKA als starke Marke deutlicher hervorheben“, erklärt Michael Pessios. So zieht sich unter anderem das gelbe EDEKA-Herz als wiederkehrendes Gestaltungselement aufmerksamkeitsstark, aber stets harmonisch ins Gesamtdesign eingebunden, durch den Markt.

Höhepunkt: Empore mit Eventbereich

Ein Novum und Eyecatcher ist die Empore mit Eventfläche, die für Verkostungen, Veranstaltungen und Kundenaktionen genutzt werden kann. Sie schafft Raum für Begegnung und hebt den Markt auch funktional auf ein neues Level. Weithin im Laden sichtbar prangt zur Verkaufsfläche hin das symbolische „Event“-Portal mit weißen Ornamenten, hellem Holz und dem großen gelben EDEKA-Herz im Zentrum. Dank ihres gläsernen Geländers wirkt die Empore einladend und überzeugt durch eine großzügige Raumplanung mit viel Platz zwischen den Sitzgelegenheiten. Gegenüber dem Portal greift eine große Doppelgrafik das griechische Sujet auf und schafft so die Verbindung zum mediterranen Gestaltungskonzept des gesamten Marktes. Michael Pessios erklärt: „Meine Märkte sollen mehr als reine Versorgungsmöglichkeiten sein. Sie sind Begegnungsorte, die Freude bereiten und Lebensqualität schaffen. Genau dafür steht auch unsere neue Empore mit ihrem edlen, emotionalen Ambiente, die Raum für Austausch und besondere Genusserlebnisse bietet.“

Individuelles Design & funktionale Lösungen – ein kurzer Marktrundgang

Schon beim Betreten des Marktes eröffnet sich eine Obst- und Gemüseabteilung wie auf einer griechischen Agora: helle Arkaden rahmen den Bereich und weiße Segeltücher spannen sich als sommerliche Schattenspender über die mittig platzierten Vitable-Tische, die die Frische der Produkte gekonnt in Szene setzt. Auffällige Bodenprojektionen sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit, ob als Hinweis auf das EDEKA-Bio-Sortiment oder als „Herzlich Willkommen“, eingebettet im vertrauten Pessios-Logo im Stil einer antiken Münze. Aus dem Gestaltungskonzept aus Nastätten wurden unter anderem die Regalwände mit weiß-blauen Fliesen, die Schriftart, die an das griechische Alphabet erinnern, und Wandgrafiken mit Motiven aus dem griechischen Alltag übernommen. Auf plastische Dekorationen wie Skulpturen oder Amphoren verzichtet das Design dieses Mal bewusst, wodurch das Flair noch subtiler und moderner wirkt. Für die richtige Stimmung sorgen dekorative Sonderleuchten. Besonders eindrucksvoll zeigt sich das in der Tiefkühlzone, wo Ringleuchten mit bläulich-weißem Farbton eine eisige Anmutung erzeugen. In der Drogerieabteilung schaffen von der Decke hängende grüne Pflanzen dagegen ein Gefühl von Natürlichkeit. Zusätzlich wurden bauliche Herausforderungen wie sichtbare Lüftungs- und Stromschienen für ein harmonisches Gesamtbild gestalterisch integriert. Ein echtes Highlight bildet die großzügige Frischetheke, terrakottafarben gekachelt und mit einem imposanten Überbau. Die Sortimentsschilder für Fisch, Fleisch und Käse sind hier in Form eines abknickenden Rundbogens mit Ornamenten integriert, die das Design des Event-Portals aufgreifen. Abteilungsübergreifend setzt Michael Pessios auf das Regalsystem wire tech 100 von Wanzl, das unter anderem in der Weinabteilung durch Bogen-Aufbauten individuell veredelt wurde – wie auch die übrigen Verkaufsmöbel natürlich im stilprägenden Weiß gehalten.

Insgesamt transportiert das Marktdesign die Werte der EDEKA: Regionalität, Frische und Qualität. „Genau solche Märkte machen den Reiz und die Leidenschaft für individuellen Ladenbau aus“, betont Tino Pilharcz, Senior Director bei Wanzl. „Die Kunden sind begeistert. Es ist ein Ort, an dem sie sich bei toller Atmosphäre mit frischen Lebensmitteln versorgen können. Die Zusammenarbeit mit allen Beteiligten war großartig und macht Lust auf mehr.“ Das Ergebnis ist ein EDEKA-Markt, der die individuelle Geschichte seines Inhabers und zeitgemäßes, funktionales Storedesign zu einem einzigartigen Einkaufserlebnis verschmelzen lässt.

Pressekontakt:

kiecom GmbH ♦ Tobias Schneider ♦ Rosental 10 ♦ 80331 München ♦ Tel. 089/23 23 62-0 ♦ t.schneider@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, 12 internationalen Produktionsstandorten in 8 Ländern, 27 Vertriebsniederlassungen und rund 50 Vertretungen steht Wanzl weltweit als leistungsstarkes und wertorientiertes Familienunternehmen an der Seite seiner Kunden. **REALIZED BY WANZL.**