

SPACE FOR BEAUTY

MUßLER BEAUTY BY NOTINO

Design_Frank Dittel / DIA - Dittel Architekten **Client**_Mußler GmbH **Location**_Stuttgart, Germany **Built area**_310m² **Completion**_November 2017 **Photographer**_Martin Baitinger **Editorial designer**_Choi Sejung **Editor**_Kim Eunji

DIA - Dittel Architekten has developed, designed and implemented the first of 10 stores planned in Germany for <Mußler Beauty by Notino>. The concept aims to bring the online-offline brand symbiosis to life in this space whilst promoting and expanding customer loyalty. As online business grows, so does the need for service, advice and product experience. <Mußler Beauty by Notino> is a good example of new thinking within the business. DIA offers its own interpretation of the consumer of tomorrow in its store design, showing a future-oriented path of transformation in its architecture and design. The holistic brand experience is the focus of the design concept. Everything revolves around what the consumer is looking for in stationary retail: individualization, emotionality, social exchange and exclusivity. Even from the outside, a digital shop window beckons as well as the view into the store with its live promotions. Extravagant product stagings, pop-up spaces for niche products and a spacious seating landscape are featured in this open spatial concept that intuitively guides consumers through the world of experience. The design-conscious customer is attracted by a fresh design language that appears industrial, rough and modern, using exposed ceiling and metal shelves. In contrast, there are soft materials, playful details and muted colors, which are used for specific target groups. The hair styling bar has been created in a 60s retro style, while unique designer furniture and rustic wood define the atmosphere in the Men's World. A high-quality tiled floor emphasizes the entire surface and becomes a meticulous design element with differently colored joints for the individual units. A wall alive with plants featuring angular concrete washbasins and taps with a rustic patina symbolizes the trend towards natural cosmetics and at the same time is a much-missed rarity in the classic beauty trade.

Text offer : DIA - Dittel Architekten



DIA - 디텔 아키텍트는 <머슬러 뷰티 바이 노티노>의 독일 내 10개 매장 중 첫 번째 매장을 개발, 설계, 시공했다. 기본 구상은 이곳을 통해 온라인과 오프라인 브랜드의 공생을 현실화하는 한편 고객 충성도를 높이고 확장하는 것을 목표로 한다. 온라인 시장이 성장함에 따라 서비스, 조언, 제품 경험 등에 대한 필요성 역시 증가했고, <머슬러 뷰티 바이 노티노>는 업계 내에서 이루어진 새로운 시도의 좋은 예다. 이에 DIA는 매장 디자인에 미래 고객에 대한 자신의 해석을 담아 건축과 디자인으로 미래를 향한 변화의 길을 제시했다. 디자인 개념은 총체적 브랜드 경험에 초점이 맞춰졌으며, 개성, 감성, 사회적 교류, 특별함 등 고객이 오프라인 매장에 바라는 점을 중심으로 모든 것이 구성됐다. 외부에서 보면 디지털 쇼윈도우가 매장 내부 풍경 및 실시간 판촉 행사와 함께 사람들의 시선을 끈다. 또한, 개방형 공간 개념 속에 화려한 제품 진열 방식, 틈새시장

제품용 팝업 공간, 여유로운 좌석 공간 등이 포함되어 직관적으로 고객을 체험의 세계로 인도한다. 노출 천장과 금속 선반을 활용하여 디자인에 민감한 고객을 산업적이고 거칠며 현대적으로 보이는 신선한 디자인 언어에 빠져들게 만드는 반면, 특정 대상 고객층을 위해 부드러운 소재와 창의적 디테일, 절제된 색상이 적용됐다. 헤어 스타일링 바는 60년대 복고풍으로, 남성용품 영역의 분위기는 독창적인 디자이너 가구와 투박한 나무에 의해 특징지어진다. 고급 타일 바닥은 마감면 전체를 강조하고 각 타일 연결부가 서로 다른 색상으로 칠해져 정교한 장식 요소가 된다. 그 밖에 식물이 생기를 더하면서 각진 콘크리트 세면대와 거칠게 녹이 쓴 수도꼭지가 달린 벽체는 천연 화장품의 추세를 상징함과 동시에 일반적인 미용용품 매장에서 보기 힘든 독특한 요소다.

글 제공 : DIA - 디텔 아키텍트



