



PARFÜMERIE-FILIALE NOTINO, STUTT GART

Materialwelt für alle Sinne

Die Innenarchitektur von Verkaufslokalen ist einem primären Zweck unterworfen: das Kaufverhalten der Kunden anzuregen. Der Offline-Shop der Onlineparfümerie Notino ist deshalb ein spannender Ort der Gegensätze. Das Interior Design inszeniert eine Symbiose aus Verkaufsfläche und Showroom.

► Kühles Metall, glattes Leder, raues Holz. Pinke Tapete, frische Pflanzen, luxuriöse Kosmetik. Das Design-Konzept der Parfümerie Notino im Stuttgarter Einkaufszentrum „Das Gerber“ erhebt sich über die bloße Zweckmäßigkeit und stilisiert sich zu einer Materialwelt für alle Sinne. Um gegen den unpersönlichen, schnelllebigen Onlinehandel anzukommen, setzen Dittel Architekten in der stationären Filiale auf ein sinnliches Erlebnis. Der Kunde kann vor Ort die Parfums riechen, die Cremes auf der Haut fühlen und den Kaffee an der Theke schmecken. Analog dazu integriert die Architektursprache einen Mix aus verschiedenen Materialien, Oberflächenstrukturen, Farben, Lichtern und Formen.

Einprägsame Eindrücke

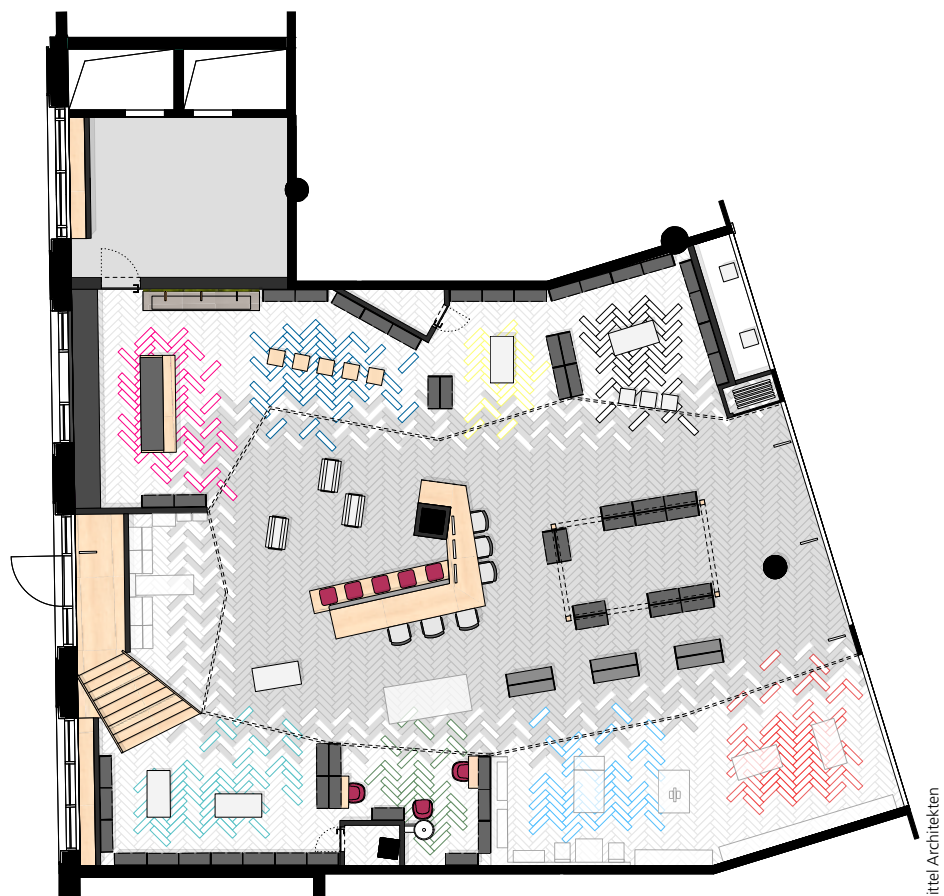
Überall verlangt etwas anderes nach Aufmerksamkeit, wie auf einem Marktplatz strömt eine Vielzahl von Eindrücken auf den Kunden ein. Hier strahlt eine blaue Leuchtschrift, da bewegt sich etwas im Spiegel und dort rauscht Wasser. Das Raumkonzept unterstreicht zusätzlich diese Wahrnehmung. Die Produkte werden nicht nach Marken, sondern nach Themen sortiert präsentiert. Dabei ordnen sich die einzelnen Bereiche, genannt Units, wie Verkaufsstände auf einem Markt um die Raummitte herum an. Themenwelten wie die Friesierbar, die Brow Bar, die Beauty School, die Men's World, Women Fragrances oder Organic Skin Care ermöglichen es dem Kunden, die Artikel live zu testen. Ein Faktor, um den der stationäre Handel

den Onlineshops voraus ist. Das Zentrum bilden eine Pop-up-Fläche für wechselnde Neuheiten und besondere Highlights sowie eine Lounge mit Kaffeetheke und einem Sektor für Make-up.

Eigenständige Einheiten

Der Besucher gelangt über zwei gegenüberliegende Eingänge in die Parfümerie,

die insgesamt etwa 300 m² umfasst. Damit der Kunde einerseits nicht die Orientierung verliert, aber andererseits lange genug im Laden bleibt, um Umsatz zu generieren, kennzeichnen Schilder die einzelnen Bereiche. Außerdem heben sich die Units gestalterisch voneinander ab. Während die zentrale Fläche über graue Bodenfliesen verfügt, geht die Farbe des Untergrunds zu den Themenbereichen hin in Weiß über.



Dittel Architekten

Grundriss



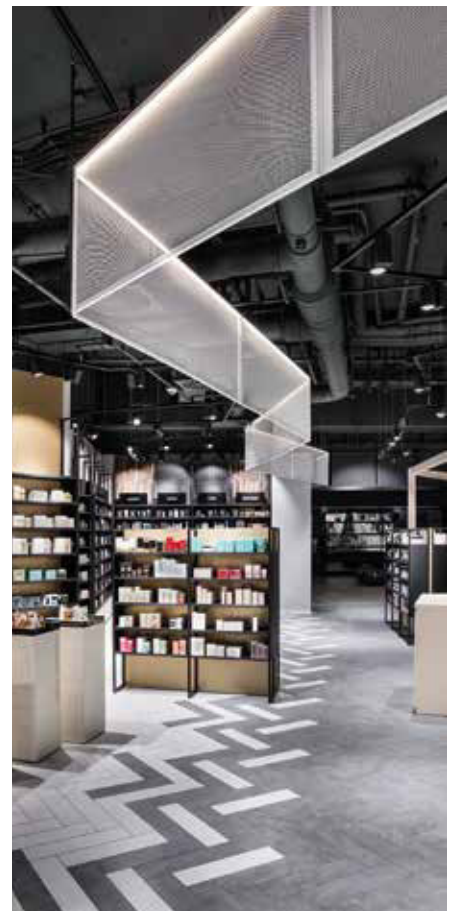
In der Men's World ist der Industrie-Look am wenigsten durchbrochen.



Der Hintergrund aus grünem Leder und die gelben Fugen rücken die Produkte in den Vordergrund.



Die Unit „Blow Bar“ ist wie ein kleiner Friseursalon gestaltet.



Das Deckenband unterstützt die Kundenführung durch die Filiale.



Die Parfümerie im „Das Gerber“ spricht alle Sinne an.

Zudem grenzt ein helles Deckenband, das darüber hinaus als Leitlinie fungiert, diese Einheiten vom Zentrum der Parfümerie ab.

Die Lichtführung erfolgt über einzelne metallene Spots, die der Raumstruktur folgend die Regale akzentuieren. Die Regale selbst sind dunkel, geradlinig und schlicht, wodurch sie den grundsätzlichen Industrie-Look ergänzen. Die beinahe roh anmutende Innenarchitektur bildet die Basis für das Design-Konzept der Parfümerie, denn in diesem Rahmen entfaltet die individuelle Farb- und Materialgestaltung der voneinander abgetrennten Bereiche ihre volle Wirkung. So durchbrechen eine Tapete in dezentem Rosa, knallig pinke Friseurstühle im Retro-Stil und eine natürliche Pflanzenwand das vorherrschende industrielle Interior Design.

Für gepflegte Gentlemen

Die Men's World zeichnet sich durch Regalrückwände aus großflächig gemasertem Holz und Steckmetall aus. Außerdem dominiert eine kantige Stahl-Kommode die Einheit. Diese originären Materialien fügen sich in ihrer Schlichtheit harmonisch in das industrielle Umfeld ein und formen zugleich einen Gegensatz dazu. Schwarze Fugen, verschiedene Grautöne sowie die Abbildung eines Mannes, der seinen Krawattenknoten

überprüft, schaffen eine elegante und kultivierte Atmosphäre, die auf die Kosmetikartikel in den Regalen verweist.

Prächtige Präsentation

Nischenprodukte kommen vor einem dunkelgrünen Regalhintergrund aus Leder zur Geltung. In diesem Bereich leuchten gelbe Fugen auf dem Boden zwischen den grauen Fliesen hervor. Strahlende Schönheit repräsentiert eine perlmutt glänzende Rückwand bei der Organic Skincare. Fugen in Mint, als Spielart von Grün, betonen bei dieser Fläche die Naturverbundenheit der Produkte. Das Zusammenspiel aus kräftigem Hintergrund und hellen Fugen wird bei den Damendüften ins Gegenteil verkehrt: Sie sind vor einer goldenen Tapete drapiert und die Fliesen heben sich durch

ein dunkles Blau voneinander ab. Drei Counter mit nach Duftichtung sortierten Parfums schaffen eine luftige und doch eindeutige Abgrenzung zu den umgebenden Units. Die Regale für Haarkosmetika reihen sich vor einer Retro-Tapete in zartem Rosa aneinander und stehen auf hellen Fliesen mit türkisfarbenen Fugen. Um den Fokus auf die Produkte zu lenken, bleiben hier die obersten Regalböden leer, sodass sie einen dunklen Rahmen um die Waren spannen. Im Areal für Neu- und Besonderheiten in der Mitte der Filiale überwiegt helles Holz als Designelement. Massive Eschensäulen formen eine Spange um die Unit und spiegeln die Form der Stromschienen der Deckenbeleuchtung.

Frischer Farn

Dittel Architekten schicken den Kunden in der Parfümeriefiliale auf die Reise über einen Markt. Auf der Customer Journey geht es von Stand zu Stand und am Ende steht der Bezahlvorgang. Doch das Leitsystem durch den Laden wartet vorher noch mit einem Highlight auf: Eine Pflanzenwand mit sattem Blattgrün und dem Logo des Kosmetikanbieters. Davor befinden sich Waschbecken aus Beton sowie Armaturen in Kupfer und Messing. Erneut lässt das Design-Konzept auf engem Raum derart verschiedene Materialien und Farben und Formen aufeinandertreffen. Dennoch werden die Kunden dadurch nicht überfordert. Vielmehr ist genau diese Reizflut die Strategie, um für Orientierung zu sorgen.

[PETRA KELLERER]

NAMEN UND DATEN

Objekt:	Umbau Parfümerie-Filiale Notino
Standort:	Sophienstraße 21, 70178 Stuttgart
Bauherr:	Mußler GmbH
Architekten:	Dittel Architekten, Stuttgart
BGF:	300 m ²
Planung:	Juni – August 2017
Umbau:	August – November 2017