

Sawall, Münster

Innovation wird honoriert

Nicht nur sein Sortiment modernisierte Plus Size-Spezialist Sawall, analog wurde auch die Münsteraner Filiale umgebaut. Das Ergebnis: Eine individuelle Inszenierung, die bei Stammkundinnen auf uneingeschränkt positive Resonanz stößt und Neukundinnen dazugewonnen hat.



Ungewöhnliche Leichtigkeit ist in die Filiale des Plus-Size-Spezialisten Sawall in Münster eingezogen. Nach dem Umbau Ende letzten Jahres wirkt der Store nicht nur moderner und einladender, sondern auch heller, größer und weitläufiger – obwohl keinerlei Flächenerweiterung vorgenommen wurde.

Das neue Interieur beruht auf einem harmonisch abgestimmten Konzept, das diverse gestalterische Extravaganzen nicht entbehrt: Einzigartig in der Einzelhandelslandschaft dürfte der komplette Verzicht auf die Deckenbeleuchtung sein. Indirekte Lichtquellen an den Wänden und den bodennahen Unterkanten der Warenträger durchfluten die Räume mit weicher, warmer Helligkeit. Erco-Leuchten, die sonst zur Ausleuchtung in Museen und Galerien verwendet werden, wurden hier eingesetzt, farbige Lichtakzente gezielt platziert.

Die Außenscheinung profitiert durch eine 'Öffnung' des Schaufensters mittels satinierter Glas-Trennwände, die die Lichteffekte aus dem Laden als Blickfang ins Fenster transportieren. Runderneuert wurde der Store in einer Rekordzeit von nur zwölf Tagen.

Dabei war der Umbau in der Planungsphase, was man landläufig eine 'schwere Geburt' nennen möchte. Denn die elf tragenden Säulen in dem Ladenlokal mit eigenwilligem Zuschnitt wollten sich den dramaturgischen Ansprüchen des Architekten zunächst nicht so recht beugen. Sie wurden schließlich integriert und teilweise durch eine Edelstahlverkleidung und spezielles Farblicht in Szene gesetzt – in Assoziation an eine lokale Sehenswürdigkeit: Die Arkadengänge am Prinzipalmarkt von Münster, die nur einen Steinwurf vom Standort des Stores in der Einkaufsmeile Stubengasse entfernt liegen.

Der Sawall-Store in Münster, eine von insgesamt vier Filialen, existiert seit 25, das gesamte Unternehmen Sawall seit 40 Jahren. Marktbedingte Strukturveränderungen machten das aktuelle Updating erforderlich: Das lokale Umfeld in der Münsteraner City verwandelt sich seit einigen Jahren. Bei einer Nachbarschaft aus neuen und modernisierten Einzelhändlern wollten Andrea und Peter Wilhelm vorne mit dabei sein. Und innerhalb ihres Sortiments vollzogen sie ein modisches Trading Up, das gemeinsam mit einer äußerlichen Erneuerung einhergehen sollte. Marken aus dem Plus-Size-Spektrum mit deutlicher Trend-Aussage wie Tuzzi Nero, Evelyn Brand oder ppep erweitern jetzt das Sortiment um eine deutlich modischere Dimension. Mit der erhofften Resonanz, wie Peter Wilhelm ein halbes Jahr nach der Neueröffnung im nebenstehenden Interview betont.

Planung: Architekten M. Milkowski und P. Michalowski, Münster
Ladenbau: Tischlerei Niehoff GmbH, Münster
Licht: Blank Design, Münster



Interview



Peter Wilhelm

Vertrauen zahlt sich aus

Sawall-Inhaber Peter Wilhelm erläutert die Höhen und Tiefen, die der Umbau mit sich brachte.

Wie lautet Ihr Resümee ein halbes Jahr nach Umbau?

Unsere Entscheidung war absolut richtig, auch wenn ich in der Planungs- und Umbauphase manchmal Bauchschmerzen und schlaflose Nächte hatte. Ein modernes Erscheinungsbild, das unsere stärkere modische Profilierung zum Ausdruck bringt, war unsere Absicht. Teilweise hatten wir Bedenken, für unsere ältere Kundin zu modern zu werden. Die Sorge erwies sich jedoch als überflüssig. Auch diese Kundengruppe hat den Laden sehr gut angenommen.

Welche konkreten Veränderungen hat der neue Auftritt erwirkt?

Wir wollten hochwertiger und modischer wahrgenommen werden mit Fokus auf die modisch orientierte Frau ab 30, 35, die sich Mode leisten kann und will. Also nicht die Bedarfskäuferin sondern die, die öfters in der Saison mal was Neues sucht. Das ist uns gelungen. Durch unser neues Erscheinungsbild kommen sogar immer häufiger Kundinnen zu uns, die nicht wissen und nicht bemerkt haben, dass wir ein Plus Size-Spezialist sind. Einfach, weil sie den Laden und die Mode im Fenster interessant finden. In Zukunft werden wir verstärkt um die Größe 42 'nach unten' erweitern und überlegen, die Größe 56 aus dem Sortiment zu streichen.

Und um auf Ihre Bauchschmerzen zurückzukommen: Wer oder was war der Verursacher?

Architekt Mariusz Milkowski produziert schneller kreative Ideen, als er sie verbal mitteilen kann. Das macht es nicht leicht, ihm zu folgen. Das Konzept floß quasi aus dem Kopf des Architekten ohne Umwege über Modelle und Entwürfe direkt in die Realisierung. Ich wusste nicht immer, was auf mich zukommt, musste viel Kontrolle abgeben und ihm Vertrauen schenken. Aber es hat Spaß gemacht.

Wie kam der Kontakt zu Architekt Milkowski zustande?

Ein Artikel in TM über den Herrenmode-Laden NOI in Paderborn, der ebenfalls von Mariusz Milkowski mit innovativen Ideen ausgestattet wurde, machte uns auf den Mann aufmerksam.

Store des Monats: Bewerbungen willkommen!

Zeichnet sich Ihr Geschäft durch besondere Individualität, Innovation, außergewöhnliche Sortimentsmixturen oder ein progressives Gesamtkonzept aus? Dann schicken Sie uns Ihre Bewerbung zur Teilnahme am Handelspreis 'Store des Monats'! Die Jury aus Claudia Horbert (Leiterin Forschungsbereich Ladenplanung + Einrichtung im EHI Retail Institut), Winfried Lambert (Chefredakteur Stores + Shops) sowie Rainer Schlatmann (Chefredaktion TM) sammelt, prüft und entscheidet – unter Ausschluss des Rechtsweges. Aufgerufen sind nach wie vor auch Ladenarchitekten und Ladenbau-

Unternehmen: Senden Sie bitte Fotos und Beschreibungen eines kürzlich realisierten Referenzobjektes aus der Fashion-Branche an TM, Store des Monats, Königsallee 106, 40215 Düsseldorf (eMail: k.scholz@bb-mediacompany.com) oder an Stores + Shops, Store des Monats, Spichernstr. 55, 50672 Köln (eMail: horbert@ehi.org). Wird ein Geschäft als Store des Monats ausgezeichnet, heißt das: Ihr Konzept wird an dieser Stelle in TM präsentiert und der Branche bekannt gemacht. Sie erhalten darüber hinaus Ihre persönliche gerahmte Urkunde.