



Fotos: Joachim Grothus

## Europa als CI der Marke

**Mit der Positionierung als „The European Brand“ präsentiert sich bugatti urban, individuell, lebendig und aufgeschlossen. Diese Idee von Europa bildet auch die Basis für die Inszenierung der Marke auf allen Ebenen.**

Die verbindenden Elemente im Storedesign, wie die fließenden Übergänge in der Warenpräsentation oder die Lamellen an der Decke, erzählen die Geschichte des Kontinents als ein kontrastreiches aber zusammenhängendes, sich gegenseitig inspirierendes Geflecht von unterschiedlichen Nationen. Der „fascinating fact“, das unterhaltsame und informative Tool aus den Bildkampagnen, findet sich ebenfalls als Highlight im Store wieder.

Der international anmutende Markenauftritt wird durch urbane Materialien wie Holz und Stahl in Kombination mit unterschiedlichen Design- und Dekorationselementen unterstützt. Kontraste in Materialität und Form übersetzen das Thema in eine moderne Designform. So spricht beispielsweise der Hosenbereich durch seine Optik eine klassisch englische Sprache, wird aber durch moderne, raue Materialien ergänzt und neu interpretiert. ▶



Die neue Ladenbaugeneration der Marke basiert auf der bugatti Stilwelt „Kultiviert“, „Casual“ und „Chic“ im für das neue Design charakteristischen Loft-Charakter.



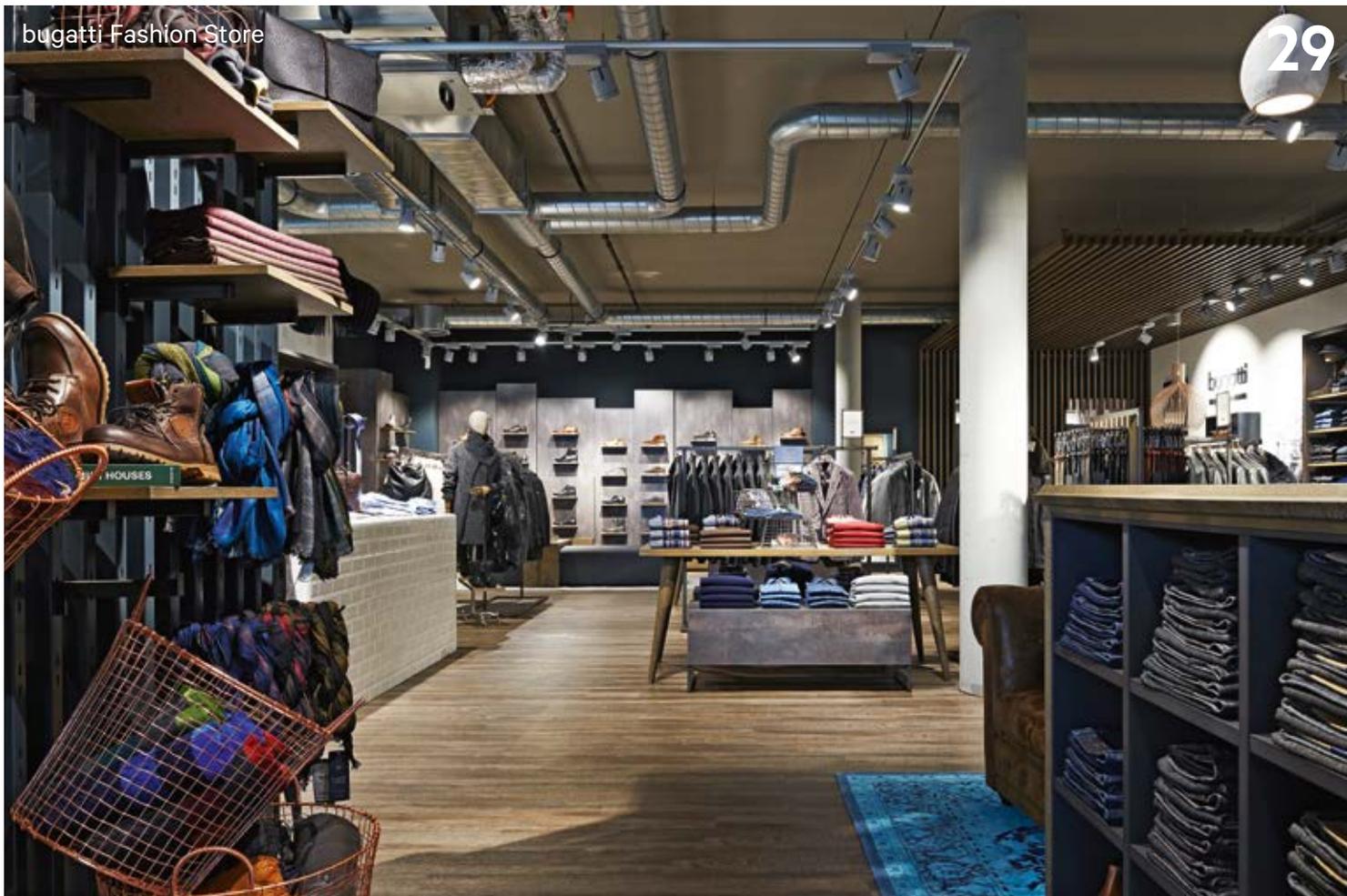


**Der Mix aus Holz und Metall im Ladenbau zusammen mit neuer Formgebung der Möbel trägt dem Trend nach Wohlfühlatmosphäre Rechnung. Die offene Decke sowie individuelle Stilelemente wie Lampen, Teppiche und Sessel runden das Bild ab.**

Die technischen Installationen an der offenen Decke, steingrau in RAL 7030 lackiert, setzen den Industrial Look stilvoll in Szene. Der Boden in leicht gekälkter Eiche kontrastiert dazu als wohnliches Designelement. Die Farbe Weiß fungiert als verbindende, durchgehende Wandfarbe. In den Kompetenzbereichen Hose und Schuhe überwiegt jedoch die CI-Farbe Dunkelgrau in RAL 7016 und eine gespachtelte Strukturwand in Petrol dient als verbindende Fläche von Kassen- und Businessbereich. Sie steht im reizvollen Kontrast zu der davor präsentierten Ware und harmonisiert gleichzeitig mit den unterschiedlichen Teppichen und Leuchten. Einheitlich sind dagegen alle Metallteile aus Stahl mit bräunlicher Patina gefertigt.

Das Rückwandssystem setzt sich aus filigranen Metallrahmen in zwei verschiedenen Breiten zusammen, die durch einhängbare Fachbodenelemente höchste Variabilität bei der Bestückung garantieren. Für Unterbrechungen in der Rückwandabwicklung sorgen Schränke in reduzierter kubischer Form, auch hier durch horizontale Schlitzung variabel bestückbar. Highlightelemente wie der modern interpretierte englische Hosenschrank in einem überraschenden, rauen Material mit passendem Tisch sowie die Schuhmöbel in unterschiedlichen Höhen lockern das Gesamtbild auf. Der Businessbereich wird durch abgehängte Barrenelemente von der Decke in Szene gesetzt.





Im Eingangsbereich steht ein großer Eventtisch mit lockerer Zusatzbestückung für besondere Angebote bereit. Ein komplett weiß gefliester Kubus bildet den Highlighttisch im Businessbereich und schafft in Materialität und Farbigkeit einen Kontrast zu den restlichen Möbeln. Die Fliese als ein europäisches, überall bekanntes und genutztes Material sorgt hier für die Identifikation des Kunden mit der Marke bugatti. Die geräumigen, unterschiedlich gestalteten Kabinen werden mit Bildern aus den europäischen Shootingländern bespielt und durch passende Dekorationselemente ergänzt.

Das von moysig entwickelte Store Design unterstützt die Markenwerte ‚Hochwertig‘, ‚Verlässlich‘, ‚Dynamisch‘ und ‚Kultiviert‘ und sorgt für einen überzeugenden Markenauftritt, der in allen kommenden Stores, in eigenen wie auch denen der Franchisenehmer, umgesetzt werden soll. Der erste Showroom in Anlehnung an das Storedesign wurde bereits in Zürich eröffnet. (hs)

**Unterschiedliche europäische Einrichtungsstile werden im neuen Storedesign gezielt eingesetzt. So gibt sich der Hosenbereich beispielsweise „very british“.**



**Adresse:** Kolbeplatz, D-33330 Gütersloh  
**Bauherr:** bugatti Holding Brinkmann GmbH & Co KG  
**Architekt:** Hauer Architekten BDA  
**Ladenbau:** moysig Retail Design GmbH  
**Möbel:** Dula Werke  
**Lichtkonzept:** PFL  
**VK-Fläche:** 175,60 m<sup>2</sup>  
**Eröffnungsdatum:** 28. August 2014