

PRESSEMITTEILUNG

Genuss mit Manufaktur-Charakter Markthalle Krefeld

Mit der im November 2016 eröffneten Markthalle Krefeld zeigt die Metro Group, wie sich der Handelskonzern die Zukunft seiner SB-Großmärkte vorstellt. Aus dem früheren Real-Warenhaus wurde ein hochmoderner Markt mit völlig neuem Auftritt und Konzept: Vom Retail Design bis zur Beleuchtung.

In sechsmonatiger Umbauzeit verwandelte sich das frühere Real-Warenhaus in einen hochmodernen Markt mit völlig neuem Auftritt. Das Herz des Konzepts bildet die „Manufaktur des guten Geschmacks“: Hier werden Lebensmittel nicht nur wie beim traditionellen Fachhändler in edlem Design präsentiert, sondern auch vor Ort produziert – vom Bäcker und Metzger bis zur Kaffeerösterei. Fisch- und Weinabteilung runden das Angebot ab. Im Bistrobereich wird frisch gekocht, die Atmosphäre lädt zum Verweilen und Genießen an Ort und Stelle ein. Zugleich kommt das klassische SB-Sortiment inklusive ausgewählter Non-Food-Angebote nicht zu kurz. Die radikal neu gestalteten 11.500 qm Verkaufsfläche der Markthalle sind eine Attraktion: Kundenfrequenz und Umsatz zogen nach dem Umbau kräftig an.

Lebensmittel in edlem Design

In der Genussmanufaktur prägt ein Materialmix aus Holz und Metall das Design, kombiniert mit einer kakaobraunen, offenen Industriedecke und grauen Steinfliesen als Bodenbelag. Ladenbau, aber auch Theken- und Produktionstechnik repräsentieren den neuesten Stand – mit Highlights wie der Trommelröstmaschine für Kaffee oder einem 485 Grad heißen Pizzaofen. Zur Beleuchtung dieses Bereichs setzten die Fachplaner von Start.Design aus Essen rund 600 LED-Leuchten von BÄRO ein – vor allem Strahler an Stromschiene, aber auch Deckeneinbauleuchten.

Jede der Stationen in der Genussmanufaktur inszeniert den Herstellungsprozess. Darauf stimmten die Lichtplaner die Beleuchtung ab: Überall, wo es offene Deckenkonstruktionen oder der großzügige Luftraum der Halle zulassen, sind abgependelte, schwarze Stromschiene installiert mit ebenfalls schwarzen Ontero ID Strahlern. Die Strahler dieser Serie überzeugen durch ihr klares, modernes Design wie auch durch die große Variantenvielfalt bei Leistung, Lichtverteilung und Lichtfarbe.

Sorgfältig abgestimmte Lichtfarben

Die Alternative in den Raumsituationen mit geschlossenen, abgehängten Decken: Einbauleuchten von BÄRO, die ebenfalls viele unterschiedliche Lichtverteilungen und LED-Lichtfarben bieten, sorgen für eine brillante, plastische und zugleich effiziente Ausleuchtung der Waren. Auf die Warengruppen abgestimmte Spezial-Lichtfarben betonen die spezifischen Eigenfarben der Waren und erzeugen Rauminselfen mit individuellen Stimmungen – ein besonderes Einkaufs- und Genusserlebnis für die Kunden. Für die Käsetheke, die Weinabteilung, aber auch die Aufenthaltsbereiche wählten die Planer die warmtonige Lichtfarbe 927 sowie als Speziallichtfarben Fish&Seafood für die Frischfisch- und Austertheke, SpecialMeat für Wurst- und Fleischwaren sowie GoldenBread für die Bäckerttheke.

Das radikal neue Konzept der Markthalle erforderte eine innovative, ganzheitliche Umsetzung im Store Design. Innerhalb des Designteams übernahmen die Beleuchtungsexperten die Aufgabe, ihr Medium Licht als Gestaltungselement in diese ganzheitliche Planung des Einkaufserlebnisses zu integrieren. Gerade im Bereich der Genussmanufaktur gelang es, mit einem technisch durchgängigen Lichtsystem ganz unterschiedliche Warengruppen in ihren jeweiligen Inszenierungen individuell zu beleuchten: Licht, das sich auf die Waren konzentriert und ihre jeweiligen Qualitäten herausarbeitet – und zugleich für die Kunden eine angenehme Wohlfühlatmosphäre schafft, die zum Verweilen einlädt.

Lichtplanung: Start.Design, Essen

März 2018 / Weitere Informationen:

BÄRO GmbH & Co. KG
Christof Volmer
Geschäftsleitung Marketing
Wolfstall 54-56
42799 Leichlingen
Tel +49 2174 799 0
Fax +49 2174 799 799
christof.volmer@baero.com
www.baero.com

AR-PR
Andrea Rayhrer
Kommunikation & Public Relations
Alexanderstraße 126
70180 Stuttgart
Tel +49 711 6200 7838
Fax +49 711 6200 7839
andrea.rayhrer@ar-pr.de
www.ar-pr.de

Markthalle Krefeld



01 Mit der Markthalle Krefeld zeigt die Metro Group, wie sich der Handelskonzern die Zukunft seiner SB-Großmärkte vorstellt.



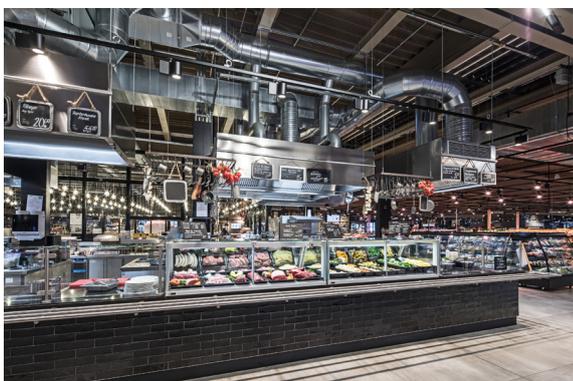
02 In sechsmonatiger Umbauzeit verwandelte sich das frühere Real-Warenhaus in einen hochmodernen Markt. Das Herz des Konzepts bildet die „Manufaktur des guten Geschmacks“.



03 Hier werden Lebensmittel nicht nur wie beim traditionellen Fachhändler in edlem Design präsentiert, sondern auch vor Ort produziert – vom Bäcker und Metzger bis zur Kaffeerösterei.



04 Ein ausgewogener Mix aus Flächen- und Akzentlicht setzt die lebhaft zonierte Ladenfläche effizient in Szene.



05 Überall, wo es offene Deckenkonstruktionen oder der großzügige Luftraum der Halle zulassen, sind abgependelte, schwarze Stromschielen installiert mit ebenfalls schwarzen Ontero ID Strahlern.



06 Auf die Warengruppen abgestimmte Spezial-Lichtfarben betonen die spezifischen Eigenfarben der Waren und erzeugen Rauminselfen mit individuellen Stimmungen.

Markthalle Krefeld



07 Für die Käsetheke, die Weinabteilung, aber auch die Aufenthaltsbereiche wählen die Planer die warmtonige Lichtfarbe 927.



08 Für die Ausleuchtung der Wurst- und Fleischwaren kommt die Speziallichtfarbe SpecialMeat zum Einsatz, Fish&Seafood für die Frischfisch- und Austertheke sowie GoldenBread für die Bäckertheke.

Fotos: BÄRO / Abdruck honorarfrei / Beleg erbeten / Weitere Informationen:

BÄRO GmbH & Co. KG
Christof Volmer
Geschäftsleitung Marketing
christof.volmer@baero.com

AR-PR
Andrea Rayhrer
Kommunikation & Public Relations
andrea.rayhrer@ar-pr.de