

Fallbeispiel

Storck Bicycle: Erfolg auf zwei Rädern im neuen Flagship Store

Taunusstein/Idstein, Februar 2010. Die Expotechnik Group realisierte ein innovatives Projekt für den international tätigen Fahrradhersteller Storck Bicycle: Für den neuen Storck Flagship Store in Idstein im Taunus hat die Expotechnik Group ein Raumkonzept für zwei Etagen entwickelt.

Storck hat eine Erfolgsgeschichte zu erzählen, die ihresgleichen sucht. Ein Jahr nach Firmengründung gewann 1996 der Niederländer Bart Brentjens im US-amerikanischen Atlanta auf einem Fahrrad von Storck die erste olympische Goldmedaille im Mountainbiking. Weltrekorde konnte Storck außerdem 2007 und 2010 erzielen: Das beste und leichteste Rahmen-Gabelset ‚Fascenario 0.7‘ wurde zweimal von Europas größtem Rennrad-Magazin ‚Tour Magazin‘ prämiert. Weitere renommierte Preise wie der ‚iF product design award‘ oder der ‚Eurobike Design Award‘ gingen ebenfalls an den Fahrradhersteller. Storck ist damit zum Synonym für innovative Räder geworden. Die Carbonrahmen haben Weltniveau.

Im Bereich Qualität und Design setzt Storck international Maßstäbe im Fahrradrahmen- und Komponentenbau. Dies ist möglich, da Konstrukteure und Kreative bewährte Techniken kontinuierlich weiter entwickeln. Bei dem innovationsgetriebenen Unternehmen kommen stets modernste Materialien und Herstellungstechnologien zum Einsatz. Die Modelle überzeugen Jung und Alt durch das zeitlose Design. Mittlerweile hält der Fahrradhersteller 40 nationale und internationale Patente. Diese Erfolge verdeutlichen, dass Storck seit über zehn Jahren an der globalen Spitze in seiner Branche steht. Für Markus Storck war es im Jahr 2008, 13 Jahre nach Firmengründung, an der Zeit, sich mit einem komplett neuen Flagship Store zu präsentieren.

Aufgabe und Zielsetzung

Mit dem neuen Flagship Store möchte Storck sich seinen Kunden und allen Radsportbegeisterten öffnen. Die Kernkompetenz im Bereich Fahrradbau und -entwicklung soll professionell demonstriert werden. Zusammen mit den hohen Ansprüchen an Design und Funktionalität wird das Fahrrad hochwertig als Markenerlebnis in Szene gesetzt.

Für die Idee, Entwicklung und Umsetzung dieses Projekts wurde Expotechnik beauftragt, ein Raumkonzept über zwei Etagen für den Shop-Neubau in Idstein zu entwickeln.

Fallbeispiel

Umsetzung

Die Räume des neuen Flagship Stores gehen fließend ineinander über. Es gibt keine räumliche Trennung, stattdessen gliedern grafische Strukturen die einzelnen Bereiche. Die Wände sind mit weißen Hochglanz-Schichtstoffen bezogen. Der gesamte Shop erhält durch den Kontrast von dunklen Holztönen mit hellen, glatten Oberflächen einen exklusiven Charakter. Im gesamten Store fallen besonders die hohen und ausladenden Fenster auf, durch die alle Bereiche von Licht durchflutet werden.

Beim Betreten des Stores im Erdgeschoss nimmt ein Storck-Mitarbeiter im Eingangsbereich die Radsportinteressierten an der einladenden, schlicht und edel gestalteten Infotheke in Empfang. Dort kann sich der Besucher einen Überblick über den gesamten Shop und die einzelnen Produkte verschaffen. Zusätzlich gibt es einen Loungebereich mit modernen Kommunikationstischen. Bei der individuellen Beratung kann der Kunde hier entspannen.



Die Fahrrad-Entdeckertour geht weiter in ein großzügig und weitläufig gestaltetes Areal, den Showroom. Hier können alle aktuellen Rennradmodelle besichtigt werden, wie unter anderem das neueste Produkt von Storck, das Road Bike ‚Aero 2‘. Es wurde für das beste Produktdesign mit dem „iF product design award 2010“ ausgezeichnet. Ein besonderes Highlight bilden darüber hinaus die weißen Bikepräsentier, die sich geradlinig am gesamten Schaufensterbereich aufreihen. Dort sind die individuell komponierten Räder auf Augenhöhe montiert. An jedem einzelnen Präsentier erhält der Kunde detaillierte Informationen über Material, Einsatzgebiete und technische Features zum jeweiligen Storck-Modell. Eine vollflächige und individuelle Beleuchtung macht jedes einzelne Produkt zum Blickfang. Außerdem sind einzelne Rahmen in raumhohen Vitrintürmen installiert - durch dieses Verfahren scheinen die Fahrradrahmen in der Luft zu schweben. Diese Präsentationstechnik wurde von Expotechnik in kooperativer Zusammenarbeit mit und speziell für Storck entwickelt. In einer weiträumigen Ausstellungsfläche nebenan haben alle weiteren Modelle von Road Bikes über Mountain Bikes und Trekking Bikes bis Elektro-Bikes ihren Platz.

Fallbeispiel



Auf der gesamten zweiten Etage bietet der neue Store Platz für eine große Auswahl an Bike Wear. In großzügig gestalteten Umkleieräumen können Kunden Storck-Teamkleidung, hochwertige Gore-Radbekleidung sowie Helme, Schuhe oder Socken anprobieren.



Ergebnis

Expotechnik hat für Storck ein wichtiges Projekt umgesetzt. „Der Shop ist schon jetzt, nach circa achtmonatiger Nutzung, ein erfolgreicher Meilenstein in unserer Firmengeschichte. Hier werden die Kernwerte unserer Marke Storck optimal transportiert. Daneben sind unsere Produkte selbst bestmöglich präsentiert“, so Markus Storck. Auf insgesamt 700 Quadratmetern Ausstellungs- und Verkaufsfläche hat Expotechnik seine Kernkompetenzen erneut unter Beweis gestellt. Von der Idee über die Entwicklung bis zur Umsetzung kam bei diesem Projekt alles aus einer Hand. Eine Herausforderung war der knappe Zeitrahmen: Der neue Flagship Store in Idstein wurde, vom ersten Spatenstich bis zum Einzug, in der Rekordzeit von nur vier Monaten errichtet. In dem gläsernen Bau werden fortan Fahrradmodelle entwi-

Fallbeispiel

ckelt, montiert und für den Kunden sicht- und greifbar gemacht. Forschung und Entwicklung sowie die intensive Kundenberatung werden hier im Einklang in einer einheitlichen Markenwelt präsentiert.

Über die EXPOTECHNIK Group

Die Expotechnik Group ist ein führender internationaler Dienstleister für Markeninszenierungen im Raum. Hauptsitz ist die 1968 gegründete Expotechnik Heinz H. Soschinski GmbH in Taunusstein bei Frankfurt am Main. Die Expotechnik Group ist global aufgestellt und verfügt über acht eigenständige Tochtergesellschaften in den Wirtschaftsräumen EMEA, The Americas und Asia Pacific. Weltweit konzipiert und realisiert die Expotechnik Group Projekte mit individuellen Architektur- und Kommunikationskonzepten, die Markenwelten erlebbar machen. Die zentralen Geschäftsbereiche sind „Exhibitions“, „Events“ und „Environments“ – nationale und internationale Messen und Veranstaltungen sowie Marken- und Erlebniswelten für Lounges & Showrooms, Ausstellungsflächen oder Büroräume. Pro Jahr setzt das Unternehmen weltweit 1.500 Projekte mit skalierbaren Größen zwischen 12 und 12.000 Quadratmetern um – insgesamt jährlich 150.000 Quadratmeter. Durch die wiederverwertbaren modularen Elemente der Expotechnik Group wird eine besonders nachhaltige Präsentationsform sichergestellt. Die gesamte Wertschöpfungskette deckt ein umfassendes Angebot ab – von der Idee über Design, Projektmanagement, Produktion und Add-On-Services (Event, Grafik, Medien, Catering) bis hin zu Transport, Logistik- und Montage-Management. Zum Kundenportfolio zählen sowohl internationale Konzerne wie Siemens, BMW, Lufthansa und die Deutsche Telekom als auch führende mittelständische Unternehmen wie SEW-EURODRIVE, Phoenix Contact, Krones und Phonak. Alexander D. Soschinski und Patrick O. Soschinski leiten als Managing Partner gemeinsam die Expotechnik Group.

Weitere Informationen unter www.expotechnik.com.

Pressekontakt:

Tina Fahrenbach, Andrea Paechnatz

Tel.: +49. 6128. 269 152

Email: [presse\(at\)expotechnik.de](mailto:presse(at)expotechnik.de)