

Nudie Concept-Store, Zürich

# Die Brücke von Coolness zu Tradition

Der jüngst in Zürich eröffnete Concept Store ist Visitenkarte der Marke Nudie Jeans und erlebbares Resultat einer nachhaltigen, kulturbetonten Stadtentwicklung.



Die Verschmelzung alter Substanz mit neuen Ideen: Nudie Jeans-Store im Viadukt

Nudie macht Jeans mit Soul und Attitude. Ohne Schnickschnack und Catwalk-Glamour, mit besten Denim-Qualitäten, fast vollständig in italienischer Produktion. Seit zehn Jahren stellt die schwedische Marke ihr Faible fürs Individuelle, Insiderhafte und Authentische unter Beweis. Es ist also nicht so, dass man von Nudie Jeans jemals Normalität oder Durchschnitt erwarten sollte.

Der neue Concept Store toppt – bzw. krönt – den hohen Anspruch. Der markeneigene Store, der Anfang Mai dieses Jahres in Zürich eröffnete, verbindet Respekt vor Altem mit der Coolness zeitgemäßen Designs.

Die Location ist einzigartig: Die Verkaufsfläche liegt in einem Bogen eines alten Eisenbahn-Viadukts, das unter Denkmalschutz steht. In die steinernen Bögen eingepasste Glasfassaden begrenzen Vorder- und Rückseite des sieben Meter hohen Raums, die alten Mauern der Brücke bilden die seitlichen Wände des rd. 150 m<sup>2</sup> großen Stores. Das Innenraum-Design kombiniert kühlen, geradlinigen Industrial Style mit Vintage-Feeling. In die altherwürdigen Steinwände des Viadukts darf übrigens keine einzige Schraube gedreht werden, so die Auflagen des Denkmalschutzes. Und: Regale, Warenträger und andere Einrichtungsgegenstände müssen eine Distanz von mindestens 20 Zentimetern zu den Wänden wahren, da bei starkem Regen Wasser in den Stein drücken kann.

Alle Nudie-Stores – dieser ist der neunte – werden in Möblierung und Produktpräsentation individuell konzipiert, immer aber unter der Maßgabe, dieselbe Atmosphäre zu verbreiten. Das Store-Design stammt vom Nudie-Team in Schweden, angeführt von Gründerin und Designerin Maria Erixon. Ein bisschen gebührt die Auszeichnung zum Store des Monats auch den Stadtoberen Zürichs, die die ausgefallene, geschützte Location überhaupt erst kommerziell nutzbar und darüber hinaus zu einem relevanten Angelpunkt in der Stadtentwicklung gemacht haben.

Übrigens: 2010 war das bisher erfolgreichste Geschäftsjahr in der Geschichte von Nudie Jeans, man rechnet mit einem Wachstum von 30 %. In Deutschland soll in den nächsten Monaten ein Nudie-Store eröffnen. Wo, steht noch nicht fest.

« Die einzigartige Atmosphäre des Standorts passt perfekt zu unserem Konzept! »

Andreas Åhrmann, Sales & Marketing Director Nudie Jeans Co.

## Interview



Matthias Weber, mit seiner Agentur Deelux Nudie-Repräsentant in der Schweiz

## Individualität als Faktor

Matthias Weber fand die Store-Location und kennt die Züricher Mentalität.

### Wie kam es zur Umwidmung des Eisenbahn-Viadukts?

Das Züricher Westend ist als kulturelles Zentrum und Ausgehmeile in den letzten zwei, drei Jahren extrem aufgekommen – ein ehemaliges Arbeiterviertel, das heute einen sehr lebendigen Bewohner-Mix aufweist. Die Eisenbahnbrücke führt einige 100 Meter lang hindurch. Die Stadt Zürich hat das Potenzial des Quartiers erkannt und die Integration und Nutzung des denkmalgeschützten Bauwerks möglich gemacht. Für diese Super-Idee und die ausgezeichnete Umsetzung verdient die Stadt ein Riesen-Kompliment.



Industrial Style im denkmalgeschützten Gemäuer

### Die Struktur der Mieter überließ die Stadt nicht dem Zufall.

Bei der Zusammensetzung der Mieter wurde sehr genau darauf geachtet, ein ansprechendes, lebenswertes Umfeld zu schaffen. Das Viadukt ist nicht als kommerzielles Zentrum konzipiert und wird daher zu großen Teilen von kulturellen Anbietern und Organisationen, Kunst und Kitas genutzt. Prinzip ist, das individuelle Gewerbe zu fördern. Künzli-Schuhe und das T-Shirt-Label „Erfolg“ sind zum Beispiel Mieter. Die ungefähr zehn Stores hier sind mehrheitlich individuelle Konzepte mit Multilabel-Sortiment, kein vertikaler Anbieter ist darunter, wir sind der einzige Monobrand-Store.



Lounge-Atmosphäre in der Eisenbahnbrücke

### Ist das Züricher Publikum cool genug für eine Marke wie Nudie?

Zürich gilt als eine der zehn kulturell interessantesten Städte überhaupt, sagt man. Der Züricher ist ein weltoffener, kunst- und kulturinteressierter Mensch, der weiß, was cool ist. Der Unterschied zu Berlin zum Beispiel, wo der kreative Charme eher auf dem Milieu der stilvollen Armut sprießt, ist, dass in Zürich schon immer viel Geld im Spiel ist. Kultur und Lifestyle kann man sich hier leisten.

### 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 Lambertz (Chefredakteur Stores + Shops) sowie Harald Hochheimer (leitender Wirtschaftsredakteur TM) sammelt, prüft und entscheidet – unter Ausschluss des Rechtsweges.

Auferufen 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.