

TISCHGESPRÄCHE

RUNDE VIER



KONZEPTWERKSTATT

AUSGABE 04 - 2021

ZUKUNFT GESTALTEN



Sehr geehrte Kunden, liebe Geschäftspartner,
Interessierte und gespannte Leser der TISCHGESPRÄCHE.
Unsere Aufgabe ist die Gestaltung Ihrer Zukunft!

Um dieses Ziel zu erreichen, sind wir bundesweit und im nahen Ausland für Sie und Ihre Projekte
im Einsatz ... und arbeiten natürlich konzentriert für Sie in unseren Standorten in Mettingen
und Hannover! Unser Team besteht aus den Bereichen Architektur TT, Marke TT und Projekt TT.

Täglich stellen wir uns als Dienstleister die Fragen:

Wie positionieren wir Ihre Marke in einem spannenden und aufregenden Markt?

Wie muss Ihre Einrichtung gestaltet werden?

Wie sieht eine zeitgemäße Warenpräsentation aus?

Wie fühlen sich Ihre Kunden wohl?

Wie wird Ihr Projekt realisiert?

... und – nicht zuletzt – wie entsteht daraus ein Gewinn für Sie?

Mit der gleichen Liebe zum Detail, mit der wir diese Fragen für Sie beantworten, haben wir
diese Zeitschrift für Sie zusammengestellt. Die Unterschiedlichkeit der hier vorgestellten Projekte
zeigt einmal mehr, wie individuell wir Sie als Kunden beraten können und auch müssen,
damit wir gemeinsam mit Ihnen IHREN Weg gehen. Lassen Sie sich inspirieren und begeistern
und fordern Sie uns auf, Ihre Fragen für Sie zu beantworten. So realisieren wir Ihre Projekte!

... und das machen wir und das gesamte Team der Konzeptwerkstatt gern für Sie!

Ihre

HOLGER MERGE · CHEF-BERATER

AXEL BECKER · CHEF-DESIGNER

ARCHITEKTUR^{TT}

Das Planungsbüro
der Konzeptwerkstatt.

MARKE^{TT}

Die Werbeagentur
der Konzeptwerkstatt.

PROJEKT^{TT}

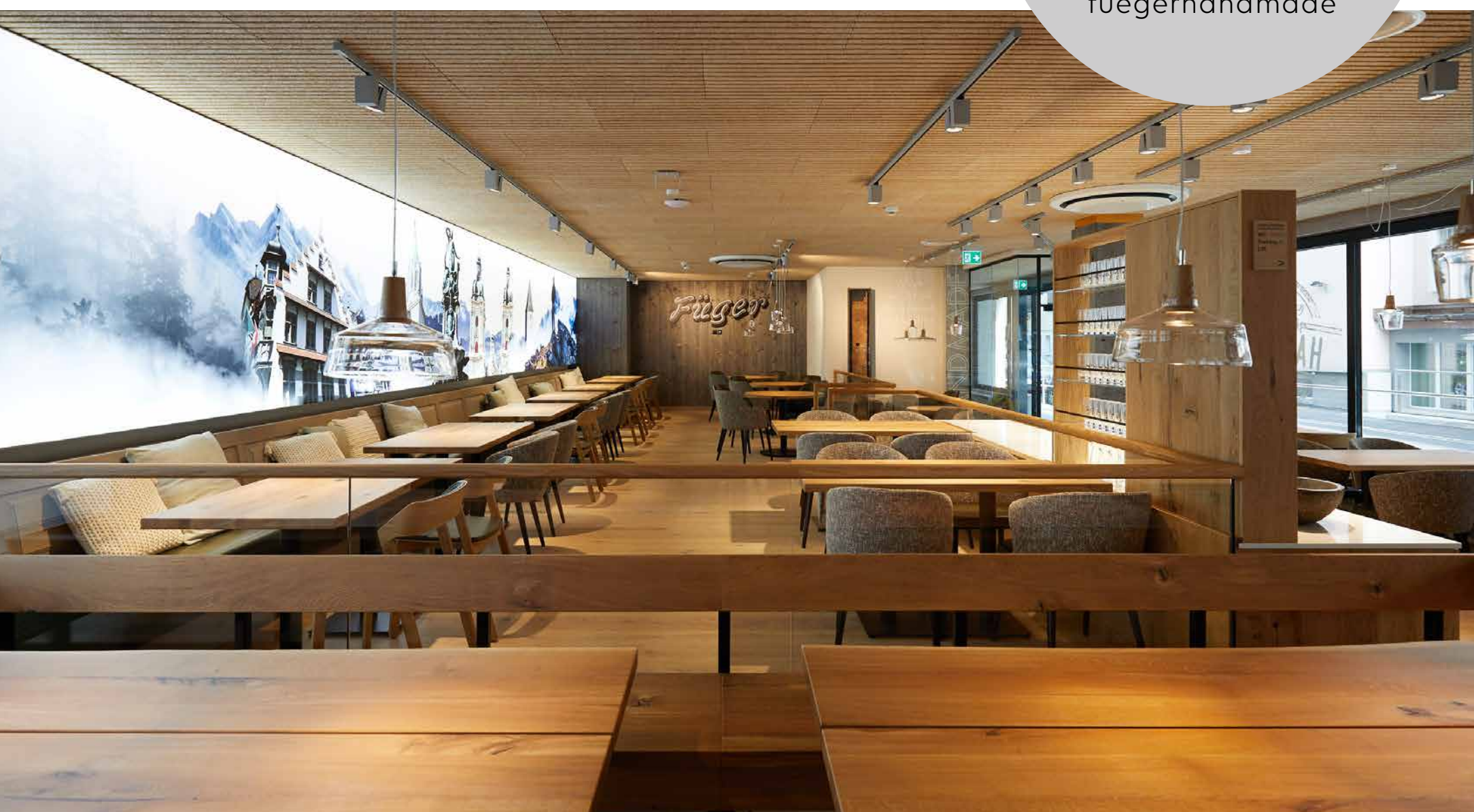
Projektierung und Ladenbau
der Konzeptwerkstatt.



DAS BROTRÉGAL Schon ohne Produkte ein echter Hingucker.

**Fügers
Handmade
LIVE erleben!**

Hier geht's zu den Videos:
[www.instagram.com/
fuegerhandmade](https://www.instagram.com/fuegerhandmade)



**»Der Laden strahlt
Transparenz aus und
ist einzigartig am
Standort Schweiz.«**

RAPHAEL FÜGER



© Konzeptwerkstatt

GIPFELTREFFEN

Qualität spricht sich rum.

Eine Entscheidung treffen oder einen neuen Geschäftspartner treffen. So fanden Ingmar Abler, Investor des neuen Boardinghouse (Wohnen auf Zeit) und Fabian Fügler von der gleichnamigen Bäckerei Fügler aus Mörschwil zusammen. Fügers Handmade Nr. 1 aus Steinach am Bodensee, gebaut in 2017, hat sich in der ganzen Region einen sehr guten Namen gemacht. Das von Fabian Fügler entwickelte Barrique Brot aus dem Aromatesor ist einzigartig. Nicht zuletzt der Branchenpreis des Schweizer Bäckerhandwerks, der Bäckerkrone, trugen zur Bekanntheit des Konzeptes bei. So ist auch Ingmar Abler ein Fan von Fügers Handmade in Steinach geworden. Schnell wurde ihm klar, dass die Familie Fügler der richtige Partner und Betreiber der über 380 m² großen Fläche im Boarding House sein wird. Ausserordentliche Backwarenqualität, hohe gastronomische Kompetenz und Erfahrung des Elternhauses in Mörschwil sowie die neu entwickelten Produkte aus Steinach bilden somit das Fundament des Erfolges für das neue Projekt in Sankt Gallen. Im unteren Bereich des Ladens findet man die Kernkompetenz von Fügers Handmade. Ein Backwarenfachgeschäft mit Aromatesor, Showbaking und einem außerordentlichen Brotregal mit vielen regiona-

len Brotspezialitäten. Die Thekengestaltung erfolgte mit einer Steinplatte in Kieselsteinoptik, eine Idee von Maren Eickermann, Innenarchitektin in der Konzeptwerkstatt. Die Kieselsteine spiegeln wunderbar das Flussbett der Steinach wider und sind das verbindende Element zwischen St. Gallen, Mörschwil, Steinach und dem Bodensee. Auf den Service kommt es an. Die große Fläche des oberen Bereichs bietet 104 Sitzplätze. Frühstück, Znüni, Mittagessen und Kaffee und Kuchen. Diese Kompetenz zeigt Fügler täglich von 7.00–18.00 Uhr. Die Gäste erhalten zusätzlich Einblicke in die Confitserie und Patisserie. Für die Übernachtungsgäste aus dem Boardinghouse und für das Quartier in St. Gallen ist ein neuer Treffpunkt entstanden.

Schnell waren sich Fabian Fügler und sein Bruder einig darüber, wie denn das neue Geschäft zusätzlich zu Fügers Handmade heißen soll. Gipfeltreffen. Ein Treffpunkt für alle, mit den besten Gipfeli der Stadt. Oder ist es doch die Dachterrasse im 6. Stock des Gebäudes? Qualität und Ideen haben eben einen Namen. Fügler. Wir wünschen der Familie Fügler viel Erfolg und einen guten Start.

TRADITION MIT DOMBLICK

Der wohl berühmteste Standort in Deutschland – der Münsterplatz in Aachen. Hier durften wir das Flagship der Bäckerei Nobis im historischen Gebäude neben dem Aachener Dom umbauen und konzeptionell optimieren.

Die Städte Aachen und Münster haben sehr viel gemeinsam, vielleicht fühlen wir uns auch deshalb so wohl, weil wir aus dem Münsterland kommen. Es sind beides Bischofsstädte, sehr katholisch und unistark. Wir haben uns von Anfang an in dieser Stadt wohl gefühlt und das zeigt unter anderem auch die langjährige Beziehung zum Unternehmen Nobis.

Die Projektleitung trägt für die Konzeptwerkstatt Astrid Richter in unserem Büro Hannover. Mit ihrem rheinischen Herz als geborene Dürenerin, fühlt es sich für Astrid immer wieder wie nach Hause kommen an. Also plant Astrid eigentlich ein Stück zu Hause im Rheinland.

Ursprungsaufgabe war es, das Anstellverhalten zu optimieren und die Geschwindigkeit für den Backwaren- und Snackverkauf zu erhöhen. Schnell war klar, dass wir im Ladenbau auch modernisieren, jedoch die Nobis-Tradition beibehalten. Die Hochwertigkeit der Nobis-Produkte sollte sich auch im Ladenbau widerspiegeln.

Perfekte Arbeitsabläufe und effektives Arbeiten stehen jetzt im Vordergrund, denn wir befinden uns an einem Hochfrequenzstandort – dem Hot Spot des Tourismus in Aachen. Ein schnelles Abfertigen des großen Kundenstroms im Erdgeschoss ist sehr wichtig. Im Obergeschoss befindet sich das gemütliche Sitzen mit einem traumhaften Ausblick. Eine 13m lange Theke bedient somit die Kundenbedürfnisse im EG und eine zweite Theke wurde für das OG und den Café-Bereich, sowie die Dachterrasse gebaut.

Hochwertige Materialien, wie eine Caesar-Stone-Arbeitsplatte, Eiche-Fronten in aufwändigen Kassetten-Optiken, Metallteile bronziert – extra für den Standort bei einem Metallveredler in Aachen gefertigt – sind Highlights der Ladengestaltung. Nobis ist klassisch, zeitlos und wertig und wir als ProjektTT sind stolz darauf, Partner und ein Teil des Teams zu sein. Danke für das Vertrauen in unsere Arbeit.

© Konzeptwerkstatt





© Bäckerei Konditorei Fehren

MOIN FEHREN!

De „neeie, mooie“ Marke der Bäckerei und Konditorei Fehren aus dem Emsland

MARCO & KATJA FEHREN

„Schon als 4-Jähriger liebte ich es mit meinem Vater früh morgens um 3.00 Uhr in die Backstube zu gehen und unseren Bäckern ‚Moin‘ zu sagen. An den Wochenenden genoss ich die Auslieferungsfahrten mit meinem Vater und meinem Opa. Dennoch schlug ich nach meiner Ausbildung zum Bäcker erst einen anderen Weg ein – ein Wirtschaftsstudium in Osnabrück. Denn man muss wissen, dass wir immer die Freiheit hatten zu entscheiden, was wir beruflich machen möchten. Aber wir sind Emsländer: Wir gehen für einen gewissen Zeitraum, kommen aber alle wieder nach Hause.“

Marco Fehren ist Ende 2020 mit Meistertitel in den Familienbetrieb zurückgekommen, um an der Seite seines Vaters die Zukunft der Backstube zu gestalten. Dies tut er gemeinsam mit Schwester Katja, die ihren Schwerpunkt im Verkauf und Marketing trägt. Mama Conny Fehren ist ebenfalls im Verkauf zu Hause und genauso wie Katja Allrounderin und für alle und alles da.

Mit dem Einstieg der jungen Generation zieht nicht nur in der Backstube ein neuer, frischer Wind ein, sondern auch in der Außendarstellung des Unternehmens. Zusammen mit unserer MarkeTT wurde das Familienunternehmen Fehren im Bereich Marketing für die Zukunft aufgestellt ohne dabei die Wurzeln oder „Woddeln“ wie der Emsländer sagen würde, zu verlieren.

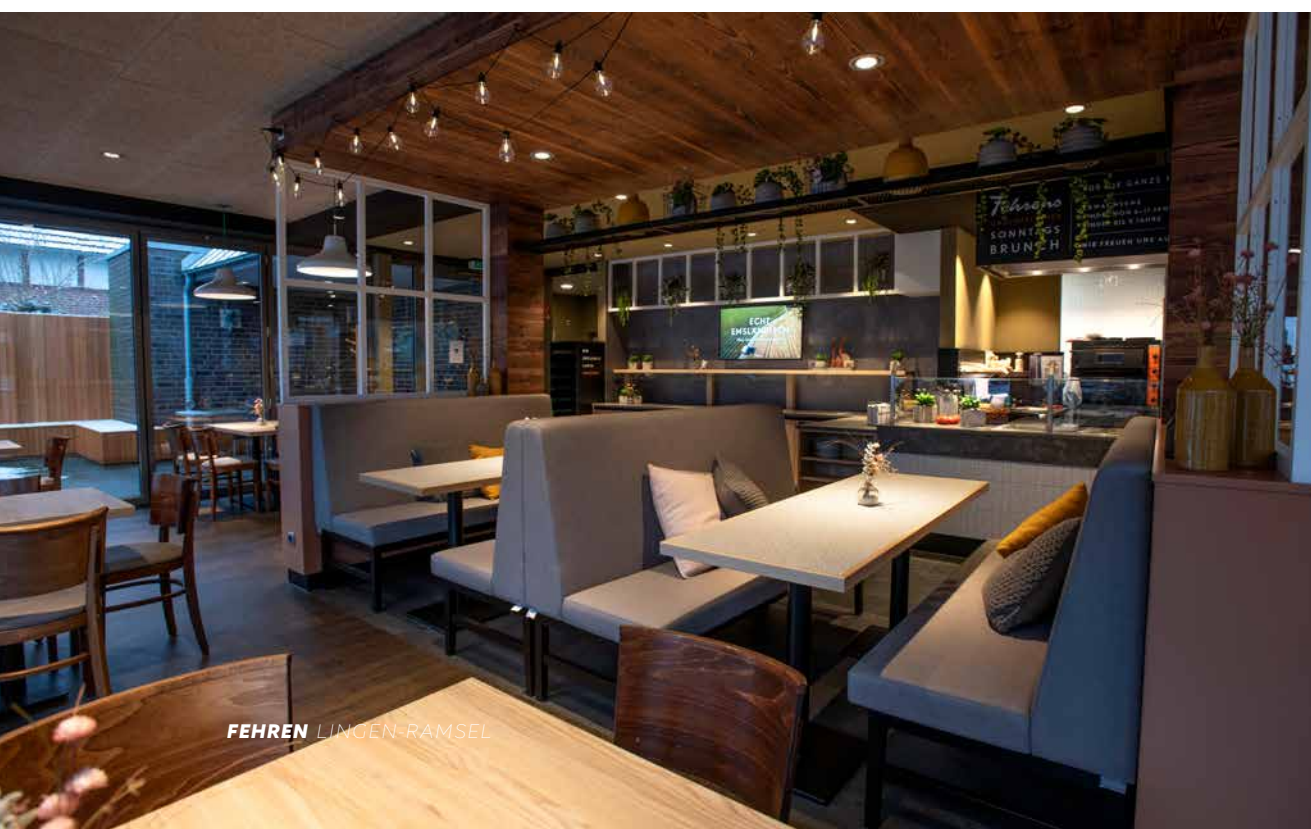
Angefangen mit einer Markentherapie, wurden in unserer Werkstatt in Mettingen die Grundsteine für die nächsten Jahre gelegt. Der Claim „Echt Emsländisch“ fühlte sich schon immer gut an und wurde auch gelebt, jedoch nicht nach außen kommuniziert. Das Emsland ist Herzensangelegenheit für alle vier Fehrens und somit lag es auf der Hand ein Fotoshooting in der Heimat durchzuführen. Das entstandene Bildmaterial wurde mit plattdeutschen Texten untermauert und die alte/neue Marke Fehren fühlt sich nun einfach nur gut und richtig an. Zu sehen gibt es das alles für den Kunden auf

der neuen Website www.baeckerei-fehren.de, sowie auf dem Instagram und Facebook-Kanal der Bäckerei. Ebenso sind Aktionsplakate, Monitorgestaltungen und die neue Verpackungslinie entstanden. Über monatliche Redaktionspläne aus der MarkeTT steht Katja Fehren, auch nach dem Relaunch, weiterhin im engen Kontakt mit unserer Designerin Christine Becker, die federführend die gesamte Gestaltung entwickelt hat.

Die Mischung aus der guten, alten Tugend in Kombination mit dem zeitgemäßen Design findet sich auch in der neu gestalteten Filiale in Freren wieder, die im September 2020 eröffnet wurde. Genau passend konnte auch hier eine Eröffnungskampagne in neuem Design über Vordermannplakate und Zeitungswerbung platziert werden.

Wir freuen uns auf alles was da noch kommt und sind dankbar für die tolle Zusammenarbeit – jetzt schon über 10 Jahre.

FEHREN Facelift in Freren

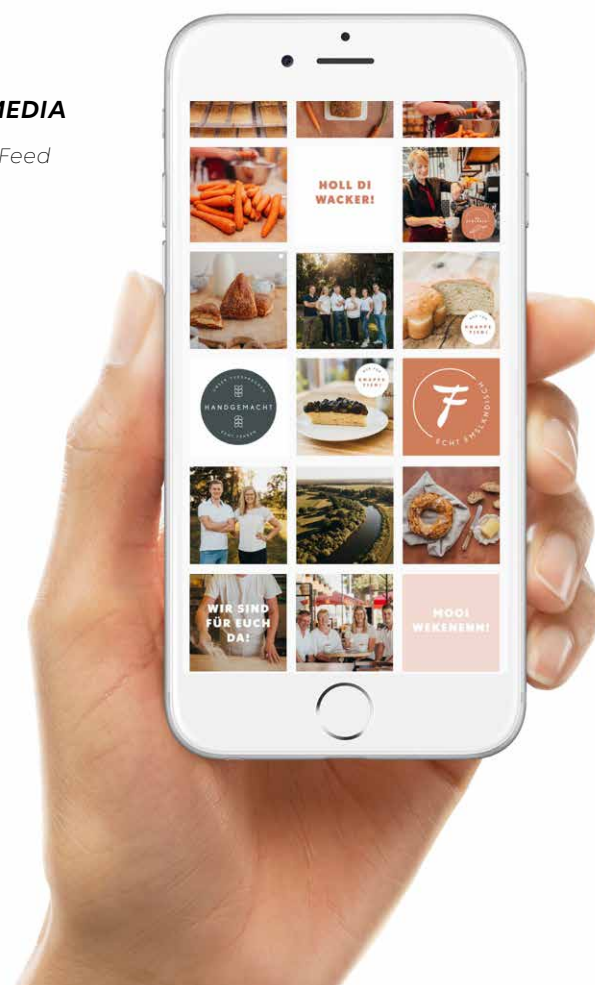


FEHREN LINGEN-RANSEL



© Konzeptwerkstatt

SOCIAL MEDIA
Instagram Feed



SIEGEL Echt Handgemacht



LOGO Relaunch Schriftzug mit Claim „Echt Emsländisch“

Fehren

ECHT EMSLÄNDISCH

BILDWELTEN

Das Emsland, die Menschen im Hintergrund und ihr eigener „Echt-Emsländischer Schnack“



MARKETT PROJEKTT

BROTREGAL 2.0

Augenlust & Tafelfreuden

Dieser Verkaufsraum von Hohoffs birgt einige Überraschungen, die in der Tat verzaubern können. Nach reichlicher Überlegung zu einem Umbau, um die Prozesse zu optimieren, wurde mit geschichtsträchtigem Holz, schwerem Stahl und der schwarz blankpolierten Verkaufstheke – der Ursprung des alten Schachts gespiegelt. Heute arbeitet zwar niemand mehr „unter Tage“, doch der Hunger wurde übertragen. Das neue Brotregal fühlt sich heimisch an, denn das Stecksystem kennen wir ja, aber noch nicht in dieser wahnsinnigen Steinoptik. Ein echter Hingucker, der eine Arbeitserleichterung mit sich bringt.

Die Drahtkörbe sind abnehmbar und können auf schnellstem Weg in der Backstube aufgefüllt werden. So stört der sperrige Brotwagen das Gesamtambiente nicht.

Hohoffs kann aber nicht nur handwerklich vor den Augen der Kunden backen, sondern kreiert mit dem Streben nach Perfektion einen WOW-Effekt im süßen Bereich der Theke. Ob Torten, Tartes oder Törtchen – dieses feinfühligke, süße Sortiment ist eine Augenweide im gesamten Warenbild.



»Wir hatten sehr klare Vorstellungen von dieser Präsentation und der von uns gewollten Veränderbarkeit eben dieser Präsentation. Letztendlich ist ein für uns optimaler, flexibler Auftritt in Teamarbeit auf Augenhöhe in höchster handwerklicher Perfektion entstanden.«

MICHAEL HOHOFF



© Hohoffs





HELLMICH Das Herzstück (Showroom)

SEMINARE HELLMICH IDEENBACKSTUBE 2021

**27.04. – 29.04. EIN PLÄDOYER
FÜRS FERMENTIEREN**

**05.05. WIE BROT ZUM STAR
WIRD – MIT STEFAN MARQUARD!**

16.06. UNSER TÄGLICH BROT

**21.09. – 23.09. DIE BASIS
NATÜRLICHEN GUTEN BROTES**

28.10. GUERILLA MARKETING

EIN NEUES ZUHAUSE

Für die Marke Hellmich „die Hellmich Backwelt“



**»Zeit, Zeit, Zeit,
ist das Wichtigste bei
unserem täglichen Tun.«**

FALKO HELLMICH



© Hellmich GmbH

„WIR SETZTEN NICHT NUR EINS OBEN DRAUF – SONDERN 16!“

Die neu entwickelten HL-Toppings von Hellmich sind alle mit viel Liebe zum Geschmack entstanden. Unter anderen gibt es ein reines HL-Topping Gemüse, das schon beim ersten Anblick das Interesse weckt und zum Kauf anregt.



FALKO HELLMICH Gründer und Geschäftsführer von Hellmich und Initiator von „Natürlichen Rohstoffen“ – berät seit über 20 Jahren unzählige Betriebe in ganz Europa.

Gemeinsam mit der Firma Hellmich haben wir das neue Zuhause für die Hellmich-Backwelt geschaffen. In unserer langjährigen, partnerschaftlichen Beziehung sind viele Gedanken und Synergien entstanden, wie sich die Backbranche für die Zukunft aufstellen und weiterentwickeln kann. Der neue Brotladen, das Herzstück (Showroom) und das neue Technikum zeigen diese Richtung auf und sollen in den Bäckereien neue Inspiration für neues innovatives Denken und Handeln anstoßen. Neben der neuen, hochmodernen technischen Backstube sind die kleinen Details im Herzstück und im Brotladen genauso vielseitig und nachhaltig. Die Fassade schmückt ein Backstein, der im Ringrohrbackofen entsteht. Diese Technik finden wir auch beim Backen wieder.

Das ganze Gebäude wurde autark geplant. Die Hightech-Lüftungsanlage, Solaranlage und die Brennstoffzellentechnik zeigen wie zukunfts-

orientiert die Firma Hellmich aufgestellt ist. Die neue Ausbildungsakademie soll dem Bäckerberuf wieder interessanter gestalten.

Der Aspekt der Nachhaltigkeit ist nicht nur in der Technik und der Innenraumgestaltung bei Hellmich im Fokus, sondern zeichnet sich auch durch die Produkte der „Natürlichen Rohstoffe“ aus und unterstreicht damit das ökologische Handeln. Falko Hellmich stellt immer wieder unter Beweis, dass man mit natürlichen Zutaten wirtschaftlicher und wertschöpfender backen kann, als mit herkömmlichen Produkten. Von HL-Vorteigen, über HL-Granulate bis hin zu den einzigartigen HL-Toppings, wird bei Hellmich ohne Zusatzstoffe (E-Nummern) gearbeitet. Wie dies funktioniert und wie wichtig dieser Weg in Zukunft sein wird, zeigt die Firma Hellmich in ihren Seminaren.

LADEN OHNE LADENBACKOFEN

Mitten im jungen, neu entstandenen Wohnviertel von Schwabing ist ein neuer Third-Place an der Gertrud-Grunow-Straße / Ecke Domagkstraße entstanden.



© Familienbäckerei Kistenpfennig

Der fünfte Laden den die Konzeptwerkstatt mit ihrer Projektverantwortlichen Maren Eickermann für die Familienbäckerei Kistenpfennig in München realisieren durfte. Wie immer ist es ein Laden ohne Ladenbackofen, denn das zeichnet den extrem hohen Qualitätsanspruch der Familienbäckerei Kistenpfennig aus.

Gebacken wird ausschließlich in der Produktion in Fahrenzhausen. Um die Frische der Backwaren zu gewährleisten, ist keine Filiale weiter als 30 km vom Stammhaus entfernt. Und wird mehrmals täglich beliefert. Auch die Snacks werden ausschließlich zentral zubereitet und dann frisch in die Filialen ausgeliefert.

Auch wenn Kistenpfennig heute über 60 Mitarbeiter in Backstube, Konditorei und Verwaltung sowie über 100 Verkäuferinnen in den 22 Filialen beschäftigt, kümmern sich Vater Hans und Sohn Hans nach wie vor um Entwicklung und Produktion, während Mutter Monika und die Töchter Susanne und Simone für Filialen und Verkauf verantwortlich sind.

Nicht mehr allein das Brotregal steht in Vordergrund, sondern die Versorgung der Kunden und Gäste rund um die Uhr. Bei Kistenpfennig wird gegessen. Das Brot nimmt man mit. Entsprechend steht die Gastronomie im Fokus der Entwicklung. Die Theke macht vor allem Lust aufs Essen und ordnet sich der Logistik des

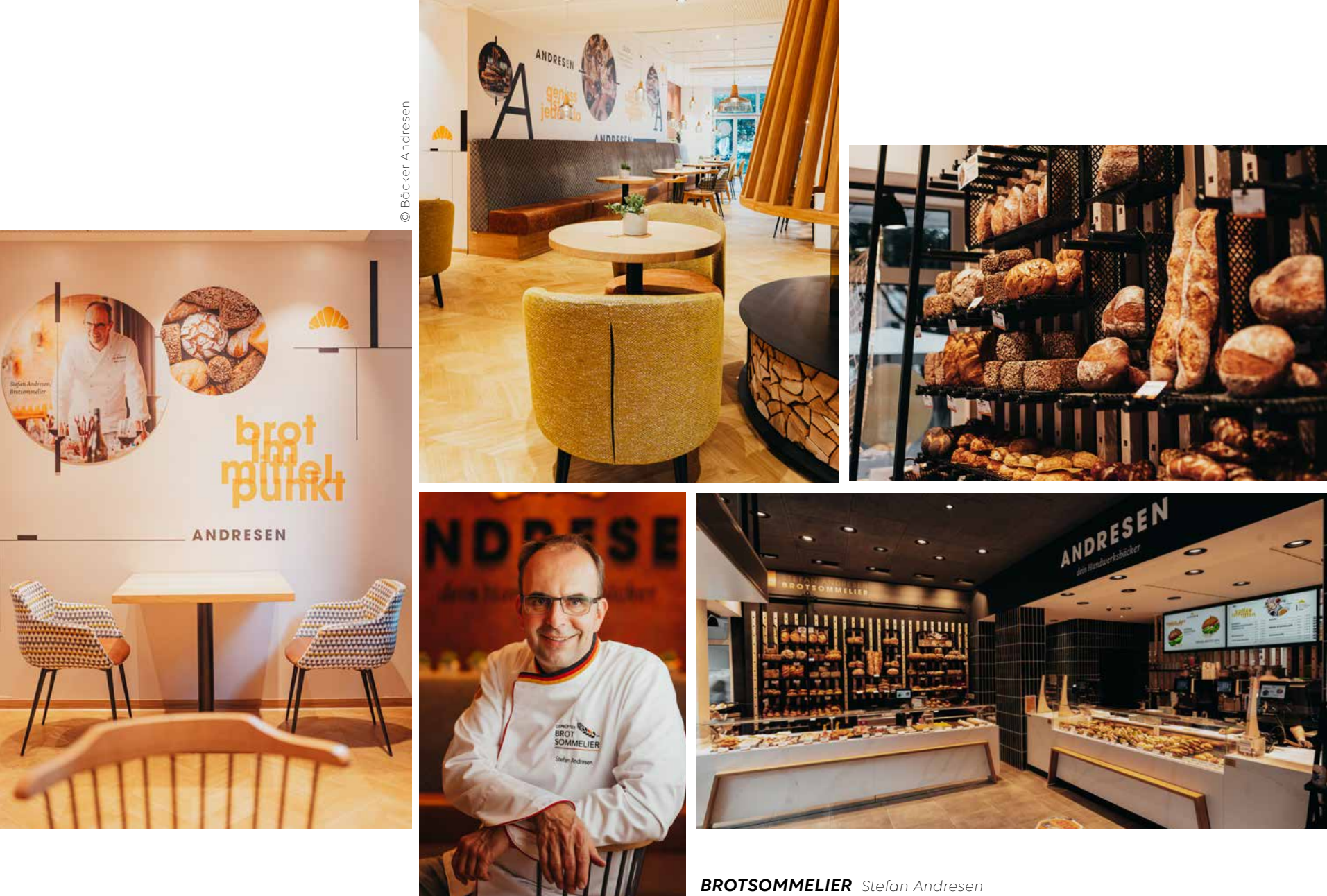
Zubereitens und Servierens unter. Das Einkaufserlebnis wird bei Kistenpfennig zum Genussserlebnis. Die Filialen werden zu Bistros und Cafés.

Der Stil der Filiale wurde dem jungen Viertel angepasst – kräftige Farben, Betonoptik und ein cooler Sitzbereich sind der neue Treffpunkt in München. Der schmale aber hohe Raum behielt seine Betonwände und -decken in Kombination mit Akustikelementen um eine harmonische Stimmung zu schaffen. 2 Säulen unterbrechen die lange Thekenfront und präsentieren gleichzeitig die tollen Produkte. Auch auf der Terrasse ist ein Hingucker zu finden – so wurde ein selbstgebauter Standkorb aus Fichtenholz geplant und erstellt.



» Wir backen wie für
unsere eigene Familie.«

SIMONE KISTENPFENNIG



125 JAHRE & 1 NEUE MARKE!

125 Jahre, das muss gefeiert werden!

Mit dem 125-jährigen Jubiläum der Bäckerei Andresen durfte die Konzeptwerkstatt das Markenbild der Bäckerei nochmal neu definieren. Welche Traditionen und Werte vertritt das Unternehmen? Welche Ziele gibt es für die Zukunft? Wie sieht die Zielgruppe von Morgen aus? Fragen bei denen die Antworten bei über 125 Jahren Handwerkskunst nochmal sortieren werden mussten.

Mit unserem Team der MarkeTT relauchten wir die Corporate Identity der Bäckerei Andresen und konzipierten das Jubiläumskonzept. Das Croissant ist über die Jahre Markenbild der Bäckerei Andresen geworden und daher war schnell klar – unser Croissant bleibt. Aber an der Typografie und Darstellungsform des Logos haben wir gearbeitet und der eigentlich alte Schriftfont Avantgarde, welcher damals schon am Stammhaus zu finden war, erhielt wieder Einzug. Entstanden ist ein zeitloses, pures, hochwertiges und modernes Markenbild, das wir auf eine höhere Stufe gesetzt haben und auf weitere Medien wie Verpackungslinie, Fahrzeugbranding, POS-Aktionen und vor allem auch in die Social-Media-Anwendung umgesetzt haben. Zusätzlich entstand die neue Tochtermarke Stefan Andresen – Brotsommelier, für die ebenfalls eine Corporate

Design Linie entstand, die mit dem Wissen von Stefan Andresen untermauert ist. Der Slogan „Andresen Hochfein“ ist dazu in einer Siegelmarke entstanden, die das Thema des hochwertigen Genusses unterstreicht. Um Stefan Andresens Wissen über Brot mit den jeweiligen Genusskombinationen weiterzugeben, entstand hierzu eine Filmreihe, die über eine Landingpage und die Social-Media-Kanäle zu finden ist. Storyboard und Konzeptplanung stammt ebenfalls aus der Feder der MarkeTT, vor allem aus der von Van Lanh Paul Steffens-Tran.

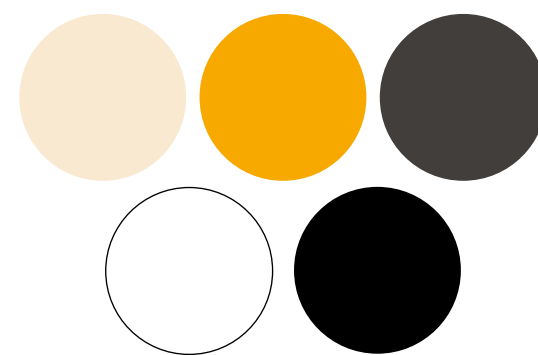
Das neue Markenbild ist zum ersten Mal in der Holstenstraße in Kiel umgesetzt worden. Die ProjektTT hat hier zudem alles gegeben. Der Fokus des Standortes bezieht sich auf die Brotkompetenz des Brotsommeliers und neue, moderne Stilelemente wurden mit in das Erscheinungsbild aufgenommen und spielen im Einklang zusammen.

Insgesamt ist diese Arbeit ein tolles Zusammenspiel der Konzeptwerkstatt-Units, aber vor allem auch die langjährige und vertrauensvolle Beziehung zu Andresens machte diese Umsetzung so möglich. Wir sagen DANKE!

LOGO Relaunch



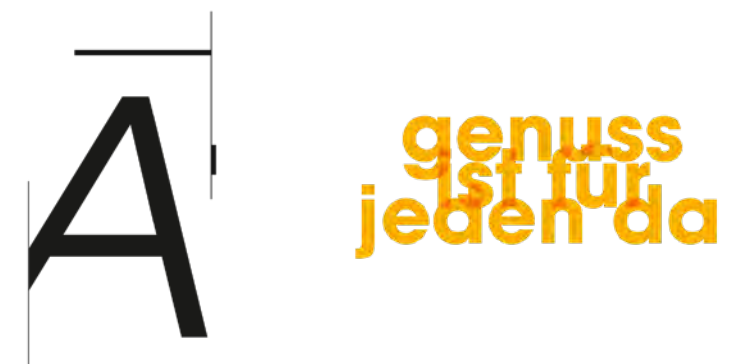
FARBWELT Fünfklang



PACKAGING Coffee-To-Go-Becher



TYPOGRAFIE Wiederbelebter Font als Gestaltungselement



WEBSITE Landingpage „ANDRESEN HOCHFEIN“



CORPORATE DESIGN Eigene Linie des Brotsommeliers „ANDRESEN HOCHFEIN“ – Logo, Farben, Bildsprache, Packaging Entwurf Frischebeutel





HOLGER MERGE



AXEL BECKER



WERKSTATT-TAGE IN DER H-ALBZEIT Raum für Austausch, Updates & Inspiration

SAVE THE DATE

WERKSTATT-TAGE ON TOUR!

AUSTAUSCH. UPDATE. INSPIRATION.

07.06.2021

H-ALBZEIT in Merklingen

Melden Sie sich zu den Werkstatt-Tagen ON TOUR in der H-Albzeit in Merklingen an. Es warten auf Sie spannende Impulsvorträge von Rednern, die nicht nur die Branche kennen, sondern sie auch leben und lieben. Lassen Sie sich von unseren Querdenkern inspirieren und tauschen Sie sich mit Kollegen aus. Ganz nach dem Motto „klein und fein“ möchten wir die Teilnehmerzahl begrenzen. Getränke, Verpflegung sind inklusive.

Lassen Sie sich die Infos gesammelt schicken! Wir beantworten alle Fragen rund um die Werkstatt-Tage on Tour. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei Rückfragen steht Ihnen Lydia Alt zur Verfügung: Tel. 05452-9198-36 und Mail lydia.alt@konzeptwerkstatt.de

IMPULSVORTRÄGE

Aktuelles aus der Bäckerwelt:
Ladenbau, Brotideen, Snackinspirationen, usw.

AUSTAUSCH

mit Bäckerkollegen

INSPIRATIONEN

für die Zukunft

AUSSERGEWÖHNLICHE LOCATION

H-Albzeit in Merklingen

JETZT VORMERKEN!

SO TICKEN WIR!

Batmann hatte Robin, Bonnie hatte Clyde und Hanni hatte Nanni. Für unsere Heldentaten arbeiten heute über 50 Macher/innen, Kreative und Querdenker in 3 Units zusammen. Wir unterscheiden unsere Konzeptwerkstatt (TT) in ArchitekturTT, MarkeTT und ProjektTT – gemeinsam sind wir jedoch ein unschlagbares Team. **Genau wie Sie.**

ARCHITEKTUR^{TT}

Wir sind Dienstleister. Vor allem verstehen wir uns als Querdenker – wir erfinden Projekte neu. Ob Hochbau, Architektur oder Innenarchitektur wir konzeptionieren individuelle Lösungen und Unikate. Beratend stehen wir von der Standortentwicklung bis zum kostentreuen Consulting zur Seite. Einfach gesagt: Wir planen und strukturieren ihr Projekt individuell und budgettreu.

MARKE^{TT}

Wir bauen keine Läden, wir bauen Marken. Mit diesem Anspruch hört unsere Arbeit nicht an der Ladentheke auf – sie fängt dort erst an, denn wir kreieren starke Marken und Orte mit einer klaren Identität, die Menschen begeistert und das Potenzial zur Lieblingsmarke oder zum Lieblingsort bietet. Mit dem Storytelling auf der Visitenkarte, Webseite und im Ladenbau. Alles im Zusammenspiel – alles aus einer Hand.

PROJEKT^{TT}

Kommunikation im Raum – vierdimensional und grenzenlos – für alle Sinne. Nicht nur das Look & Feel muss harmonieren, sondern auch die Gewerke auf der Baustelle. Wir setzen unsere kreativen Konzepte um. Vom Licht, über den perfekten Stuhl, die Wahrnehmung der Produkte, bis hin zur Deko auf dem Tisch. Gestalterisch, technisch, baulich.



KONZEPTWERKSTATT



HANDGEMACHT Vom Scribble bis zum fertigen Logo



WEBSITE Story und Webshop in Einem



PLAKATGESTALTUNG Aktion zur Neueröffnung



BROT FIBEL Brote und Marktstände auf einem Blick



STOLLEN Packaging Holzkiste, Flyer, Anhänger



BROT MANUFATUR STADTLÄNDER Filiale Verdener Straße in Walsrode mit Brotsommelier Andreas Stadtländer



STADT. LAND. FLUSS.

Die Stadtländer, die über Stadt und Land fahren – von der Backstube in Walsrode über die Märkte der Region. „Brot. Was einst in den Vorkriegsjahren mit Pferd und Wagen ‚an den Mann‘ gebracht wurde, leben und lieben wir wieder.“ – dieses Prinzip wurde in einer Markentherapie bei uns in der Werkstatt wiederbelebt.

Wir entwickelten nach einer spannenden Markentherapie ein neues emotionales Marken- und Corporate Design. Die Story der Brotmanufaktur Stadtländer findet hier ihren Anfang. Das handillustrierte Logo von Designerin Christine Becker war zunächst nur eine Idee, wurde dann schnell zu einem Scribble und im Endeffekt dieses individuelle und außergewöhnliche Logo! Das neue Markenzeichen der Brotmanufaktur Stadtländer. Um das Logo wurde das neue Markenbild gebaut.

Stilelemente die wir aus einer hochwertigen Genusswelt, wie dem Whiskey, Wein und den Zigarren, kennen – fanden Einklang in das charaktervolle Schriftbild, der Farbwelt und dem Wording. Der gestalterische Grundsatz „Gold ist das Produkt, Schwarz ist die Bühne“ – wurde hier durchweg angewendet. Diese Gestaltungs-Regeln finden wir auch in der Fotografie wieder: Die Belichtung ist eher dunkel und doch emotional positiv. Das Highlight im Bild ist nur ein kleiner Punkt und doch aussagekräftig. Außerdem wurden die Bilder der besonderen Produkte in der Natur geschossen, denn wenn wir eine Story leben, dann Stadt. Land. Fluss.

Brotfibel, Packaging, Tragetaschen, Etiketten, Stollenkisten, Banderolen und zu guter Letzt die neue Website geben zusammen ein einheitliches Bild – zeitlos, wertig und markant.



SCHNECKENBURGER Der Standort Stockach hat sich weiter entwickelt und ist gewachsen. Jetzt auch mit Drive-In-Konzept.

© Konzeptwerkstatt

DRIVE IN DRIVE OUT

4 Monate nach der Eröffnung des neuen Leuchtturms der Bäckerei Schneckenburger in Stockach – wollen wir nochmal ein Fazit ziehen, denn es ist viel passiert. Von der ersten Idee bis zur Realisierung hat sich Familie Schneckenburger gemeinsam mit der Konzeptwerkstatt strategisch sehr viele Gedanken gemacht und das Projekt im wahrsten Sinne des Wortes reifen lassen. Mit der Neueröffnung sind wir aber nicht ruhig geblieben, sondern haben auf die aktuelle Situation der Corona-Pandemie reagiert. Ein Drive-In-Konzept wurde skizziert,

geplant und umgesetzt. Hier können die Kunden nicht wie üblich an der Ladentheke kaufen, sondern ganz bequem aus dem Auto heraus. Die Zusammenarbeit mit einem Tischler vor Ort ermöglichte das Konzept im Reiferaum. Die Fassade wurde angepasst und die Drive-in-Station konnte einziehen. Wir wünschen uns alle die Normalität zurück, denn der Freestander muss unbedingt von innen erlebt werden. Die tolle Atmosphäre haben wir auf Fotos für euch festgehalten. Überzeugt euch aber selber vor Ort.

»Das harmonische Gebäude lädt die Kunden zur Pause ein, Raumgefühl & Ambiente halten im Inneren, was die äußere Optik verspricht.«

IRIS SCHNECKENBURGER

SCHNECKENBURGER Die Bühne für die handwerkliche Backware.





HELLO LEHNDORF

Ein neues Raumerlebnis zum Sattwerden und Sattsehen

„Jetzt machen wir es richtig!“ entschied Markus Sander die Frage, ob nur renoviert oder der Standort neu belebt werden sollte. Eine gute Entscheidung, denn so konnten die Warenpräsentation optimiert und die Servicewege neu angeordnet werden. Dem Ladenbackofen wurde mehr Platz und Arbeitsfläche eingeräumt und auch der Sitzbereich wurde erweitert. Die MarkeTT hat diesen Bereich ideenreich und gastfreundlich gestaltet, und – ganz dem Credo von Sander's Backstube entsprechend – mit viel Zeitgeist und mit fröhlicher Kundenansprache ausgestattet! Überall gibt es etwas zu sehen und zu lesen, auch ohne „Not“ sind selbst die WC's einen Besuch wert.

So haben die Braunschweiger im kleine Einkaufszentrum im Stadtteil Lehn Dorf die Chance, Sander's Backstube aufs Neue zu entdecken. Die schmackhaften Backwaren sorgen bestens für das leibliche Wohl und auch zu Schauen gibt es viel. So wird jeder Kunde mit einer Lichtinstallation im Laden begrüßt: „Hello Lehn Dorf“ ist da zu lesen. „Richtiger“ kann man es nicht machen.



© Konzeptwerkstatt

LIEBLINGSPLATZ Prägnante Wandflächen und verschiedene Deckenleuchten.



EIN GANZES PROJEKT, BITTE!

„Eigentlich wollten wir nur eine neue Website und Werbung von der Konzeptwerkstatt.“ – mit dieser Vorstellung sind Nicole und Frank Geiger zu uns gekommen. Wie tickt und funktioniert die Konzeptwerkstatt? Im ersten Gespräch mit Nicole und Frank Geiger konnte Holger Merge mit seinem Team die ganzheitliche Arbeitsweise der Konzeptwerkstatt mit ihren drei Units, ArchitekturTT, MarkeTT und ProjektTT, erklären.

„Eine Corporate Architektur kann unschlagbar gut sein, wenn viele Synergien und erfolgreiche Perspektiven zusammenkommen“, so Holger Merge. So erfuhren wir auch gleich im ersten Gespräch vom Ladenbaufrust, den Nicole und Frank Geiger hatten. Und gegen Frust sollte man etwas tun! So haben wir einen Weg aufgezeichnet, wie aus einer nicht so glücklichen Architektur – vor allem im Hochbau und der äußeren Erscheinung des Gebäudes – ein neues Markenbild geschaffen werden kann. Es ging hier nicht nur um einen Laden, es ging nicht nur um ein Logo, es ging um einen ganzheitlichen Marken- und Marktauftritt. Somit haben wir die einmalige Chance ergriffen, dass aus Marke und Gebäude ein Ganzes wird.

Mit dem neuen Logo ist auch die neue Gebäudeform entstanden und der Innenraum wurde mit Identität und Werten gefüllt, sodass eine einheitliche Design- und Architektursprache entstanden ist, mit der sich heute Geiger dem Markt gegenüberstellt.

Für die Designsprache ist Irene Brinker federführend im Team verantwortlich. Irene ist selber Fleischliebhaberin und begeistert von der Natürlichkeit und Qualität der Geiger-Produkte. Daher sind im Design auch ausschließlich natürliche und klare Materialien zu finden. „Alles was an Fleisch und Wurst nicht rangehört, gehört nicht ran“. Es ging um einen puren und klaren Geschmack.

Der Geschmack zieht sich in der Gestaltung des Projektes durch. Klare Linien und klare Technik wie zum Beispiel Umluftkühltheken, made in Switzerland by Jeka, dem Partner der Konzeptwerkstatt. Das besondere Highlight ist auch der gläserne Dry-Aged-Reiferaum. Durch die innenliegende Salzwanne bekommt das Fleisch seinen ganz besonderen Geschmack. Nach Fertigstellung des Designs und der Planung durfte die Konzeptwerkstatt auch im Sortimentsbereich schulen und beraten. Die Gastroexperience, die Werkstatt der Konzeptwerkstatt wurde kennengelernt und so kam auch der Rational Combi-Dämpfer (ICombi Pro) und das Vario-Cooking-Center (IVario Pro) zum Einsatz und sind in das Projekt eingezogen.

Ganz am Ende ist dann natürlich auch die neue Website und Werbung entstanden, die wir bis heute auch weiterhin begleiten dürfen. Wir bedanken uns an dieser Stelle nochmals für das Vertrauen in unsere Arbeit!



© Fleischerei Geiger

FOTOSHOOTING Von der Kuhwiese bis zur Food-Fotografie



WEBSITE Transparent und ehrlich



CORPORATE DESIGN Postkarten-Cuts



LOGO Schlicht und Elegant



© Konzeptwerkstatt

INNENRAUM Plauderecke und Rendering

Eine zündende Idee musste es sein, die für Peter Terbuyken den Umbau des Standortes in der Luegallee trägt. Die neue Einrichtung sollte den Erwartungen der anspruchsvollen Kundschaft im Düsseldorfer Stadtteil Oberkassel gerecht werden, die exquisite Ware optimal und schmackhaft präsentieren, einfach zu den bedienen sein und den Markenkern der „Rheinischen Backkultur“ widerspiegeln.

„Wir präsentieren die Ware in einer Rundung!“ skizzierte und entschied Chef-Designer Axel Becker von der Konzeptwerkstatt zur Überraschung aller Beteiligten. „So wird der Kunde von Ware umfassen und hat auf alles einen guten Blick. Auch das segmentierte, transparente Brotregal wurde für eine runde Präsentation weiterentwickelt und verschafft einen schönen Überblick über die dort präsentierten Produktgruppen.

Die Thekenrückseite – ohne Ecken und Kanten – unterstützt die Bedienbarkeit und die Personalwege effizient und fördert den Flow im Verkauf. Eine Materialwelt aus Massivholz, Glas und dunklem Stahl sowie eine zurückhaltende Farbwelt bildet die Bühne für die Backware, denn die ist der eigentliche „Star“ der Bäckerei Terbuyken.

Die Außenfassade wurde ebenfalls neu und prägnant gestaltet, um allen Fußgängern und Autofahrern das neue Fachgeschäft zu signalisieren. Dazu trägt auch das Lichtkonzept bei, welches den Laden weithin sichtbar erscheinen läßt. Im kleinen aber feinen Sitzbereich läßt sich das Treiben im Laden und auf der Luegallee im 180°-Panoramablick genießen, eine runde Sache eben!

EINE RUNDE SACHE



WIR VERMISSEN EUCH!

Besondere Zeiten fordern besondere Maßnahmen.
Wir, die Konzeptwerkstatt, wollen Sie trotz Corona erreichen
und Sie begeistern, inspirieren und kennenlernen.



HIER FÜR UNSEREN
NEWSLETTER ANMELDEN
UND ALLE NEUIGKEITEN
DIREKT ERFAHREN!



Erleben Sie die dreidimensionale Messe der Konzeptwerkstatt.
Dieses Raumgefühl bieten wir auch für Ihre Projekte. Ob in einer
virtuellen 360-Grad-Ansicht oder mit 3D-Brille – wir schaffen einen
dreidimensionalen Eindruck und freuen uns auf Ihren Kontakt.

[KONZEPTWERKSTATT.de](https://www.konzeptwerkstatt.de)

Es gibt viel zu Entdecken!

ARCHITEKTUR^{TT}

Das Planungsbüro
der Konzeptwerkstatt.

MARKE^{TT}

Die Werbeagentur
der Konzeptwerkstatt.

PROJEKT^{TT}

Projektierung und Ladenbau
der Konzeptwerkstatt.

IMPRESSUM TISCHGESPRÄCHE AUSGABE 04-2021

HERAUSGEBER Konzeptwerkstatt Merge GmbH & Co. KG · Sunderstraße 18 · 49497 Mettingen · Tel: 05452 / 91989-0 · info@konzeptwerkstatt.de · [konzeptwerkstatt.de](https://www.konzeptwerkstatt.de)

KONZEPT & GESTALTUNG Konzeptwerkstatt Merge · TEXT Konzeptwerkstatt Merge

FOTOQUELLEN Linda Blömker · Irene Brinker · Peter Kuhnle, [kuhnle-knoedler-fotodesign.de](https://www.kuhnle-knoedler-fotodesign.de) · Jürgen Nobel, [juergennobel.de](https://www.juergennobel.de) · Tobias Schwertmann, [tsfotografie.de](https://www.tsfotografie.de)

DRUCKEREI KROOG Printservice GmbH · Gartenkamp 6 · 49492 Westerkappeln