



# „Mein Hoffi“: Das Revival des Spätis in Berlin

Der Getränkefachmarkt-Filialist Getränke Hoffmann eröffnete am 26. Februar 2016 mit dem Kiez-Konzept „Mein Hoffi“ einen ersten Kiezladen im Graefekiez. Das Ur-Berliner Unternehmen setzt mit dem innovativen Retail-Format auf eine Revitalisierung von kleinen Ladenflächen in urbanen Innenstadtlagen und stärkt dadurch gezielt Stadtkultur und Kiezleben.

Der typische Berliner Späti stand Pate für das neue Retail-Konzept der strategischen Kreativagentur dan pearlman für die Getränke Hoffmann GmbH. Nah, nahbar, für die Nachbarschaft – diese Späti-Attribute zeichnen auch das neue „Mein Hoffi“ Konzept aus. Gleichmaßen muss dem Supermarkt-verwöhnten Großstädter aber auch in einem kleinen Kiezladen ein besonderes Einkaufserlebnis geboten werden. Im neuen Storekonzept für die Getränkefachmarkt-Kette Getränke Hoffmann werden beide Welten miteinander verbun-

den – die persönliche des Spätis und die professionelle des Supermarktes. Konzipiert als moderner Späti bietet „Mein Hoffi“ alles, was der urbane Kiezbewohner in Berlin vom Aufstehen bis zum Schlafengehen braucht: Getränke, Kaffee-Spezialitäten als „Coffee to go“, frische Sandwiches und Snacks sowie eine Auswahl erstklassiger lokaler und regionaler Produkte und einen persönlichen Service.

Der neue „Mein Hoffi“ setzt auf gesellschaftliche Relevanz und will zum Begleiter der Berliner werden.



Die Architektur des „Mein Hoffi“ umfasst neben der Innenarchitektur auch die Fassadengestaltung. Die Materialien Stahl, Seekiefer, Hochglanzfliesen sowie die Farben Dunkelgrau, Mattweiß und Blau und ein angenehmes, akzentuiertes Licht lassen eine moderne, einladende Atmosphäre entstehen.



## Zeigen Sie sich von Ihrer besten Seite

In einem Laden gibt es viele Waren und nur sehr begrenzten Raum. Damit Sie hier mit Ihren Produkten erfolgreich sind, gibt es einen bewährten Schlüssel: Die Displays von METDRA, damit Ihre Produkte den Weg zu Ihren Kunden finden. Profitieren Sie von unserem Know-how mit übersichtlichen Displays von METDRA. +

Displays von METDRA –  
die beste Entscheidung:  
[www.metdra.de](http://www.metdra.de)



Sammeln Sie Pluspunkte:

## METDRA

Metall- und Drahtwarenfabrik GmbH

Dieselstraße 9 | D - 71229 Leonberg

Tel: +49 7152 / 97930 - 0

Fax: +49 7152 / 97930 - 10

[www.metdra.de](http://www.metdra.de) | [info@metdra.de](mailto:info@metdra.de)

Ein Dreh- und Angelpunkt im Kiez für Jung und Alt, für Hipster, Familien und Connoisseure – für alle Lebenslagen und Gefühlszustände, vom Frühstück bis zum Feierabendbier, vom schnellen Kaffee auf dem Weg zur Arbeit bis zum besonderen Kaltgetränk für das Date am Abend.

Über den Kiez hinaus wird man gespannt auf das neue Konzept

schauen, welche Strömungen in unserer urbanen Gesellschaft mit Trendentwicklungen im Retail verbindet und sogar eine neue Kategorie bei Ladenkonzepten begründet – „den modernen Späti“.

Das neue „Mein Hoffi“ Retail-Konzept ist in Zusammenarbeit mit der strategischen Kreativagentur dan pearlman Markenarchitektur GmbH aus Berlin entstanden. Der Start der gemeinsamen Arbeit war geprägt durch die Zielstellung, die kleinen Kiezfilialen von Getränke Hoffmann zu revitalisieren und zum Identifikationsort der lokalen Bevölkerung zu machen. Gleichzeitig sollte dadurch bewusst eine Gegenbewegung zur Anonymität der ortsüblichen Supermärkte geschaffen werden. Die

gesellschaftliche Relevanz des Konzepts für die Revitalisierung kleinerer lokaler Läden stand von Anfang an im Mittelpunkt der strategischen Planung. Dementsprechend wurden Erwartungshaltungen, Analysen und Fragestellungen im Rahmen von intensiven Design Thinking Workshops zusammen mit Vertretern des Unternehmens Getränke Hoffmann definiert. Im Anschluss oblag dan pearlman die Entwicklung des Markenkonzeptes, die Entwicklung des neuen Corporate Designs und die Entwicklung der Retail-Architektur.

Die persönliche Bindung des Kunden an seinen vertrauten Laden wird bereits durch den Markennamen „Mein Hoffi“ assoziiert, der immer in Verbindung mit dem Namen des



Das neue „Mein Hoffi“ Retail-Konzept hat das Ziel, die kleinen Kiezfilialen von Getränke Hoffmann zu revitalisieren und zum Identifikationsort der lokalen Bevölkerung zu machen.

jeweiligen Kiezes steht und auf einen herzlichen Lokalpatriotismus abzielt. Das neue Corporate Design bringt einen frischen Wind in die Marke und umfasst unter anderem die Gestaltung eines komplett neuen Brandlogos. Dabei bilden die Getränke Hoffmann-Farben Blau und Rot die Primärfarben, wobei Rot als Akzentfarbe eingesetzt wird. Vereinzelt Rundungen geben der Wortmarke „Hoffi“ einen individuellen Charakter, während die handschriftliche Gestaltung des Wortes „Mein“ für eine persönliche Ansprache sorgt. Die typografische Kombination aus der konstruierten geometrischen Schrift Cocomat und der traditionell wirkenden Handschrift Matchmaker bildet einen spannenden Kontrast, der auch für das Pattern eingesetzt wird. Das Muster mit einer gestempelten Textur wird für alle Anwendungen außerhalb der Architektur verwendet, wie Tüten, Becher, Mitarbeiterbekleidung und bei der Außenkommunikation.

Die Architektur des „Mein Hoffi“, die neben der Innenarchitektur auch die Fassadengestaltung umfasst, führt die persönliche Ansprache fort. Bedruckte Tafelschilder, Präsentationstische und Empfehlungsschilder lassen sich individuell in die Laden-

gestaltung integrieren. Die Materialien Stahl, Seekiefer, Hochglanzfliesen sowie die Farben Dunkelgrau, Mattweiß und Blau und ein angenehmes, akzentuiertes Licht lassen eine moderne, einladende Atmosphäre entstehen.

### Serviceorientierung und Kundenfreundlichkeit

Das neue Retail-Konzept legt starken Wert auf Kundenfreundlichkeit und Serviceorientierung: Hier wird mitgedacht, denn Serviceangebote wie der Verleih eines Lastenrads für den Transport von Kisten, das Angebot der Flaschenschnellkühlung sowie die Bestellung von kalten Getränken per SMS helfen dem modernen Großstädter in allen Lebenslagen. Auch ohne eigenes Auto lassen sich so Großeinkäufe für die nächste Party organisieren und auch die Spontanverabredung fällt dank der Flaschenschnellkühlung nicht ins Wasser. Öffnungszeiten von 7 bis 22 Uhr, jeweils von Montag bis Samstag, runden das kundenfreundliche Storekonzept ab.

### Lokale und regionale Partnerunternehmen

Lokale und regionale Herkunft wird auch bei der Auswahl der verkauften



Zum Serviceangebot von „Mein Hoffi“ gehört auch der Verleih eines Lastenrads für den Transport von Kisten.

Produkte im „Mein Hoffi“ groß geschrieben. Neben zahlreichen eigenen Kaffeespezialitäten, die alle to go angeboten werden, erhält man rund um die Uhr frische Sandwiches und Salate von „Auf die Hand“, einer Berliner Manufaktur, die alles täglich frisch und von Hand zubereitet. Kurze Wege zum Konsumenten werden auch bei der Auswahl besonderer Produkte für den „Mein Hoffi“ präferiert. ♦

Anzeige



**POLE POSITION FOR BRANDS**



**THE DISPLAY COMPANY**

Londýnské nám. 4,  
Brno Business Park, D  
639 00 Brno  
Czech Republic  
Phone: +420 545 216-114  
Fax: +420 545 216-116  
E-mail: contact@  
the-display-company.eu

www.  
the-display-company.eu