

Spektakuläres Shopping-Erlebnis auf der Arabischen Halbinsel

Wanzl realisiert in Kooperation mit Aichinger Hypermarket der Sharjah Cooperative in neueröffneter Rahmania Mall (VAE)

Im Emirat Sharjah (Vereinigte Arabische Emirate) wurde Mitte März 2021 die Rahmania Mall eingeweiht. Das neue Einkaufszentrum umfasst über 70 Ladeneinheiten bestehend aus Einzelhandelsgeschäften, Entertainment-Möglichkeiten, Restaurants, Cafés sowie Räumen für Veranstaltungen und Events. Es erstreckt sich über 60.000 Quadratmeter und wurde für 400 Mio. Dirham (circa 91,5 Mio. Euro) errichtet, um die erste Anlaufstelle für ein erstklassiges Einkaufserlebnis in Sharjah zu werden – sowohl für lokale als auch für internationale Besucher.

Einer der Ankerpunkte in der Mall ist der erste Hypermarket der Sharjah Cooperative in Rahmania. Als Gesamtlösungsanbieter hat Ladenbau-Experte Wanzl diesen beeindruckenden Hypermarket unter anderem in Kooperation mit Aichinger geplant und realisiert. Auf einer Verkaufsfläche von 7.200 Quadratmetern bietet der Store nahezu alles, was das Shopping-Herz begehrt.

Seine Hoheit Dr. Sheikh Sultan bin Muhammad Al Qasimi, Mitglied des Obersten Rates und Herrscher von Sharjah, weihte den Store ein. Sheikh Sultan begann seinen Rundgang durch das Einkaufszentrum mit dem Besuch des Hypermarkets der Sharjah Cooperative, welcher der erste Hypermarket der Sharjah Cooperative in der Gegend ist.

„Sharjah Cooperative ist ein bestehender Kunde von Wanzl Middle East und wir haben unsere Ideen für den Hypermarket im Rahmen einer





Ausschreibung vorgestellt, um nicht nur das Design zu entwerfen, sondern das Projekt komplett schlüsselfertig zu übergeben – einschließlich Bauarbeiten, Mechanik, Elektrik und Sanitär, Regale, Bedientheken, Beleuchtung, Kassentheken, Einkaufswagen, Einkaufskörbe, Beschilderung und Grafiken sowie Kommissionierwagen. Wir gewannen das Projekt aufgrund unseres kreativen Designs, unserer Expertise und Herangehensweise an das Projekt“, erklärt Mohit Ahuja, General Manager Wanzl Middle East FZE. Sechs Monate nahmen Planung und Design für dieses Highlight-Projekt in der neuen Mall in Anspruch, die anschließende Umsetzung zehn

Monate. Die Customer Experience ist dabei der Schlüssel zu Wanzls Designkonzept, indem die Hauptbereiche im Store durch produktspezifische Designthemen gekennzeichnet sind. Dadurch wird eine einzigartige Atmosphäre geschaffen, die das Interesse der Kunden weckt. Analog dazu beruht das Lichtkonzept darauf, verschiedene Bereiche durch unterschiedliche CCT (Correlated Color Temperature) und Beleuchtungsniveaus abzutrennen. Beschriftet sind die Warensektionen jeweils auf Arabisch und Englisch. Ahuja fasst die Idee hinter dem Designkonzept folgendermaßen zusammen: „Für viele Kunden in dieser Region ist der Hauptgrund, in einem station-

Das gesamte Projekt wurde von Wanzl schlüsselfertig geplant, vom Design über die Bauarbeiten inkl. Elektrik und Sanitär, bis hin zu Regalen, Bedientheken, Beleuchtung, Kassentheken, Einkaufswagen und -körben, sowie Beschilderung und Grafiken.

Alle Fotos: © Wanzl GmbH & Co. KGaA

nären Geschäft einzukaufen, die Produkte persönlich zu sehen und zu erleben, während sie das angenehme und ansprechende Ambiente der Ladenumgebung genießen.“

Vielfältiges Sortiment mit auffallendem Design

Besonders der Frischwarenbereich des Supermarktes mit nationalen und internationalen Leckereien fällt durch seine Größe von über 1.000 Quadratmetern und das einzigartige





Sortiment ins Auge. Wanzl übernahm als Generalunternehmer die Federführung beim Design und vertraute bei den Frischetheken auf die Expertise seines Premiumpartners Aichinger. Dabei setzte Aichinger als Spezialist für SB- und Bedien-Kühlregale sowie -theken vor allem auf seine innovativen Produkte TopSpot MIO+, SIRIUS®3 und MaxxPoint, die heiße Theke HotMaxx und die Bedientheke CoolMaxx. Ein klares Farbkonzept sowie kreative Designelemente zeichnen die einzelnen Sektoren aus und erleichtern dadurch die Orientierung.

In satten Rottönen erstrahlt die Fleischabteilung mit großen Abbildungen der angebotenen Waren auf edlem Holzdekor. Mittig präsentiert sich die weiße 3D-Beschriftung „Butchery“ auf einem stilisierten Metzgerbeil auf schwarzen Backsteinen. Auf einer stattlichen Länge von 17,40 lfm werden die Waren in den Kühlregalen und -theken aufmerksamkeitsstark präsentiert. Diesem Bereich schließt sich die Cheese & Deli-Abteilung an. Dort finden Kunden neben Käse auch Feinkost und frische Aufschnittwurst. Die mäanderförmige Anordnung der Thekenlinie erhöht die Verweildauer im Frischbereich und unterstützt Spontankäufe, während die in die Thekenlinie integrierten halbrunden Elemente Aktionen und Angebote besonders in Szene setzen. Der Wechsel von SB-Regalen- und Bedientheken ermöglicht es, flexibel auf die

Kundenfrequenz zu reagieren und dennoch stets frische Ware anbieten zu können.

Blautöne als vorrangige Designfarbe weisen auf den Fischmarkt hin, mit maritimen Noten wie Anker, Netz, Rettungsring sowie einem Bootsplanken-Design als Hintergrund für die Bereichsbeschriftung. Eine große Auswahl an frischen Fischen liegt optimal präsentiert auf Eis, zudem wird Sushi angeboten. Wer möchte, kann außerdem Hummer direkt aus dem Becken anbei erwerben. Gegenüber dem Frischbereich laden in einer kreisrunden Inselanordnung die Live-Cooking-Stationen und Grill-Stationen zum Verweilen auf Barhockern ein. Pizza, Pasta, Salate und lokale arabische Küche wie Shawarma werden in einem Halbrund zum Verzehr vor Ort oder zum Mitnehmen angeboten, ebenso wie frisch zubereitete Grillspezialitäten aus Fisch, Geflügel- und Rindfleisch. In der Gemüseabteilung stechen Kunden sofort der blaue Truck und die kleineren braunen Marktwagen, voll beladen mit Obst und Gemüse, ins Auge. Kunden fühlen sich hier wie auf einem Stadtmarkt, auf dem täglich die leckersten Waren erntefrisch gehandelt werden. Nebenan lockt die Bäckerei mit frischen Crepes, Waffeln nach französischer Art und süßen arabischen Köstlichkeiten wie Baklava aus der Patisserie.

Auch für hungrige Liebhaber von Gemüse und Salat hält der Hyper-

market einen Anlaufpunkt bereit: Eine eigene Salatbar, an der sich Kunden Salate individuell zusammenstellen können, wahlweise zusätzlich mit einem leckeren Smoothie. Kräftige Grüntöne der Bar mit Gräsern untern den Theken und Efeublättern, die sich oberhalb der Station ranken, signalisieren den Kunden die Natürlichkeit der Waren. Wer noch mehr gesunde Lebensmittel sucht, für den bietet die Bio-Abteilung nebenan eine große Auswahl. In diesem Bereich des Hypermarktes befindet sich außerdem ein eigenes hydroponisches System, in dem allerlei Nutzpflanzen in wassergefüllten Behältern wachsen und gedeihen. Ein gestalterisches Highlight des Hypermarktes ist die Präsentation von Oliven, eingelegtem Gemüse und Olivenöl auf einem runden Präsentationsmöbel in Form eines großen Drehtellers für Gewürze. Aus der Mitte ragt ein stattlicher Olivenbaum empor. Eine Hommage an regionale Gepflogenheiten: Vor dem Essen oder zu besonderen Anlässen werden von den Gastgebern gerne Spezialitäten mit Oliven und eingelegtem Gemüse angeboten.

Richtig bunt wird es in der Süßwarenabteilung. Regale und Deckensegel in knalligen Farben sowie Candy-Symbole machen deutlich: Hier ist das Paradies für Naschkatzen. Ein wahrer Magnet ist auch die Kinderspielzeugabteilung. Farbenfrohe Züge und sogar der berühmte



Londoner Doppeldeckerbus präsentieren Spielzeug, Bücher und vieles mehr. Besonders Kinder tauchen in eine faszinierende Welt voller Spaß und Spiel ein.

Gesamtlösung von Wanzl

Der spektakuläre Hypermarket in der Rahmania Mall ist nicht die erste Zusammenarbeit von Wanzl und Sharjah Cooperative. Entsprechend groß war das Vertrauen in Wanzl als Gesamtlösungsanbieter, der das Projekt schlüsselfertig übergab. Neben dem Designkonzept überzeugten auch die verschiedenen Retail-Systeme von Wanzl die Auftraggeber, allen voran das Wire tech 100. Dieses besticht optisch mit schlichter Eleganz und rückt das ins Blickfeld der Kunden, was wichtig ist: die Ware. Weiterhin gelang die Montage rasch und werkzeuglos durch eine Klick-Verbindung von Etage und Konsolen. Lokale Tischlerarbeiten zur Verkleidung der Regale wurden auch von Wanzl in Auftrag gegeben. Es ist darüber hinaus die erste Filiale für Sharjah Cooperative mit elektronischen Regaletiketten. Als Alternative zu Papieretiketten können mit ESL-Etiketten Preisänderungen schneller durchgeführt und so unter anderem auch Aktionsangebote besser dargestellt werden. Zum großen Teil wurde die Ausstattung direkt aus den Vereinigten Arabischen Emiraten bezogen, unter anderem aufgrund von Corona. Die Pandemie stellte Wanzl teilweise vor Heraus-

forderungen, die aber allesamt gemeistert wurden. Ahuja berichtet: „Der Laden wurde während der COVID-19-Pandemie konstruiert und wir durften nur eine begrenzte Anzahl an Menschen in den Store lassen und zudem immer nur mit mehrfachen Kontrollen auf Fieber und Symptome. Außerdem war eine der größten Herausforderungen die rechtzeitige Lieferung von Artikeln mit langem Vorlauf, da die Fabriken und Büros geschlossen waren. Aber wir haben es geschafft, am Ende alles zu organisieren und zu koordinieren.“

Der finale Store kann sich sehen lassen. „Wir sind sehr glücklich über die tolle Zusammenarbeit mit Sharjah Cooperative. Es ist für uns ein Highlight-Projekt mit einem einzigartigen Designkonzept“, so Ahuja.

WANZL

Wanzl, gegründet 1947, ist ein Pionier der Selbstbedienung und Schrittmacher für den internationalen Handel. Heute zählen Shop Solutions, Retail Systems, Logistics + Industry, Airport, Access Solutions und Hotel Service zu den Geschäftsbereichen. Als Innovationsführer entwickelt, produziert und vertreibt das Unternehmen Produkte, Systeme und kundenindividuelle Lösungen in Premiumqualität rund um Einkauf und Verkauf, Warenpräsentation, Transport und Sicherheit. Mit über 5.000 Mitarbeitern, 12 internationalen Produktionsstandorten, 27 Vertriebsniederlassungen und rund 50 Vertretungen steht das in dritter Generation familiengeführtes Unternehmen weltweit an der Seite seiner Kunden.

AICHINGER – The Best for Fresh Food on Stage

AICHINGER ist einer der führenden Anbieter für kreatives Shop Design und innovative Qualitätsprodukte „Made in Germany“. Als Multispezialist schafft AICHINGER emotionale Fresh-Food-Erlebnisswelten, die Einkauf und Genuss verbinden. Multispezialist bedeutet: Kompetenzbündelung der Bereiche Ladenbau/Kühlmöbel, Lichtdesign und -konzepte von workshoplight sowie digitale Lösungen für POS-Marketing und Filialmanagement von Shop-IQ.

Indem die Hauptbereiche im Store durch produktspezifische Designthemen gekennzeichnet sind, entsteht eine einzigartige Atmosphäre, die das Interesse der Kunden weckt. Analog dazu beruht das Lichtkonzept darauf, verschiedene Bereiche durch unterschiedliche CCT (Correlated Color Temperature) und Beleuchtungsniveaus abzutrennen.

Alle Fotos: © Wanzl GmbH & Co. KGaA

Auch das Operations Team der Sharjah Cooperative zeigt sich begeistert: „Wir würden uns immer wieder für Wanzl entscheiden, denn da wissen wir einfach, dass wir Qualität und tollen Service bekommen. Deswegen haben wir auch eine schlüsselfertige Übergabe gewählt. Das Ergebnis spricht für sich und wir freuen uns, die Kunden mit unserer großen Produktauswahl, den erntefrischen Waren und dem beeindruckenden Design ein besonderes Einkaufserlebnis bieten zu können.“ ♦