

OLIVEDA kommt mit Flagship-Store nach Berlin

Seinen weltweit ersten Store eröffnete OLIVEDA, Hersteller energetisch hoch wirksamer Cosmeceuticals, im September in Berlin. Schlicht und wirkungsvoll ist das Sortiment, natürlich und puristisch sind Innenarchitektur und Interior, die OLIVEDA gemeinsam mit DFROST, der Stuttgarter Agentur für Retail Identity, geschaffen hat.

Im Jahr 2001 entwickelt Thomas Lommel die Olivenbaum-Therapie, eine Symbiose aus Heilpflanzenkunde, biologischem Detox-Verfahren, Physiotherapie, Meditation und gesunder Ernährung. Zwei Jahre später wurde OLIVEDA – The Olive Tree Pharmacy gegründet. Hierzulande gelten die Beauty-Produkte für Körper, Haut und Haar noch als Geheimtipp in Sachen Anti-Aging und Schönheit. Dies wird sich von nun an ändern – nicht zuletzt dank

der Eröffnung des weltweit ersten eigenen Stores in Berlin, mit dessen Gestaltung die renommierte Stuttgarter Agentur DFROST betraut wurden. Eine Konzeptskizze von Thomas Lommel galt als Briefing für die Experten für Retail Identity. Lediglich 24 Quadratmeter standen dem Team um die DFROST Geschäftsführer und Co-Founder Nadine Frommer und Christoph Stelzer zur Verfügung. Aber diese haben sie perfekt genutzt. Nahbar,





hell und einladend wirkt der neue Store, der mit seiner klaren Formensprache und seinen natürlichen, wertigen Materialien Frauen wie Männer gleichermaßen anspricht. Größten Wert legte DFROST auf den Erhalt historischer Bestands-Elemente und auf das Herausarbeiten von Details im Rahmen des Rückbaus. So wurden die Ziegelwände in ihren originären Zustand zurückversetzt und lediglich weiß getüncht. Als Fußboden dient versiegelter Zement, der in Kombination mit Wänden und Decke den mediterranen Ursprung der Marke unterstreicht. Ein weiteres Highlight, das sich der Agentur während des Entwerfens präsentierte, ist die Wandvertäfelung im Schaufensterbereich.

Weiß lackiert, wirkt sie jetzt wie eine Reminiszenz und Hommage an die einstige Fassade des heutigen Stores.

Mediterrane Apotheke mit Retro-Charme

Die Interieur-Elemente entfalten gerade in ihrer Schlichtheit ihre Wirkung. Darüber hinaus garantiert die stringente Markenarchitektur einen hohen Wiedererkennungswert. So hat DFROST als Blickfang und zentrales Element des Stores für die Rückwand ein raumhohes Apotheker-Regal aus schwarz lackiertem Holz entworfen. Eine an einer Reling verschiebbare Messing-Leiter bringt selbst deckennah platzierte Produkte schnell in greifbare Reichweite. Die Produktpräsentation

des gesamten Sortiments unterstreicht hierbei den Apothekencharakter. Sämtliche Beauty-Elixiere können vor der Apothekerwand an einem freistehenden, monolithischen Tresen mit integriertem Waschbecken ausprobiert werden.

Aus schwarzem Mineralwerkstoff gehalten und mit Olivenholz verkleidet, bietet sich den Kunden eine prominente und doch ruhige, minimalistische Szenerie aus sinnlichen Materialien, die durch verschiedene handgearbeitete Pendelleuchten aus Braunglas warm und harmonisch ausgeleuchtet wird. Rechter Hand zielt eine überdimensionale rückseitig beleuchtete Illustration des italienischen Künstlers Michele Trancullini den Store, die auch auf ebenso simple wie eindrucksvolle Weise die Geschichte von OLIVEDA vermittelt. Gegenüber befindet sich in derselben Formgebung und als Pendant zur Skizze ein Produktregal, das die Bestseller der Marke optimal inszeniert. Der Grünton des olivenförmigen Glasregals wurde von DFROST exakt auf die Farbnuance des OLIVEDA-Zellelixiers abgestimmt. ♦

Anzeige

Neuheit

HIN GUCKER

WERBEMATTE.info
FON: 02131-53 213-44 WERBEMATTE@FOTOBODEN.DE