



Erlebniskauf statt Hardselling

Mehrere Wochen standen die Kunden bei PKZ in Bern vor verschlossenen Türen. Sechs Wochen lang wurde die Filiale mitten in der historischen Altstadt komplett umgebaut. „Die Zeit von Hardselling ist vorbei“, ist PKZ-Inhaber Olivier Burger überzeugt. „Es geht heute alles mehr in Richtung Erlebniskauf.“ Darum habe das Unternehmen in dem neuen Haus vor allem eine Wohlfühl-Atmosphäre schaffen wollen, wo Produkt und Emotionalität im Vordergrund stehen.

Sehr großzügige Sitzinseln

Das zeigt sich vor allem an der Großzügigkeit, mit der die Rückzugs- und Entspannungszonen für die Kunden gestaltet wurden. Im Souterrain, wo traditionell Warentische mit Pullovern und Hemden für ordentliche Quadratmeterumsätze sorgen, stehen vier gemütliche Lounge-Sessel, Marmortischchen und eine auffällige Stehleuchte – alles sehr luftig arrangiert.

Integriertes Visual Merchandising

Der „Wie-daheim-Wohlfühl-Faktor“ zieht sich durch das gesamte vierstöckige Haus mit seinen 1.000 Quadratmetern. Dazu trägt auch das ausgefeilte Visual Merchandising-Konzept bei, das in Bern zum ersten Mal komplett in das Design eines Hauses integriert wurde. Jede Etage erhält einen persönlichen und individuellen Look. Einige stilbildende Gestaltungselemente ziehen sich durch das ganze Haus, so etwa die edle Farbwelt, die von Granittönen und schimmernden Sandsteintönen geprägt ist, die häufig anzutreffende Kombination von Holz und Metall und das auch mal im Kontrast mit weichen Teppichen.

Eine Referenz an die über 130-jährige Geschichte des Unternehmens sind die historischen PKZ-Plakate, die ein zentrales Element des Visual Merchandising-Konzeptes darstellen.

Neue Abteilung „Luxury Casual“

Doch zurück zu den jüngsten Veränderungen: Aus einem ehemaligen Lageraum im Untergeschoss wurde im Rahmen des Komplettumbaus des Berner Hauses eine neue Abteilung mit 250 Quadratmetern. In dieser so genannten Luxury Casual-Welt finden sich Marken wie Burberry, Woolrich, Polo Ralph Lauren, Armani Jeans, Jacob Cohen und Mason's. Im Erdgeschoss ist die Trend- und Accessoires-Fläche mit Namen wie Scotch & Soda und der Eigenmarke Paul Kehl untergebracht. Im ersten Stock befindet sich die Upper Casual-Abteilung mit Gant, Marc O'Polo, Drykorn, Diesel, Dockers und Brax. Outfits fürs Business von Boss, Hugo, Tommy Hilfiger, Windsor, Borrelli, Artigiano, Z Zegna und Eduard Dressler findet der Kunde in der obersten Etage.

Architektur | Interstore Design, Zürich / Schweiz

Ladenbau | Schweitzer, Naturns / Italien

Licht | Ansorg, Birsfelden / Schweiz

Fotos | Interstore Design, Zürich / Schweiz