

A photograph of several fresh, orange carrots with green leafy tops, arranged in a light-colored wooden crate. A bright green circular graphic is overlaid in the center of the image, containing the text 'CCA-MARKT' and 'SPREITENBACH' separated by a horizontal line.

CCA-MARKT

SPREITENBACH

CCA-MARKT

SPREITENBACH (SWITZERLAND)

Ende November 2015 wurde in Spreitenbach, in der Nähe von Zürich, der neugestaltete CCA-Markt feierlich eröffnet. Der zweistöckige Cash+Carry Markt präsentiert sich seinen Kunden auf einer Gesamtfläche von etwa 5'000m² in einem neuen, frischen Look.

Ziel des neuen Konzepts war das Schaffen eines Cash+Carry Marktes, in dem Frische eine besondere Rolle spielt. Neu erschaffene Marktplätze stellen sicher, dass jeder Sortimentsbereich einen besonderen Auftritt erhält und der Einkauf für den Kunden zum Erlebnis wird.

Durch das Anbieten von Zusatzleistungen wie dem Vorstellen von neuen Produkten oder Ideen, wechselnd nach Saison bzw. Bedarf, wird der Kunde immer wieder aufs Neue überrascht. So können beispielsweise im neuen Bistro nicht nur Snacks und Kaffee, sondern auch die gesamte Einrichtung, von den Stühlen bis zum Geschirr, im Markt gekauft werden.

Besonders der neue Non Food Bereich konnte durch die Schaffung von Sortimentswelten und Highlight-Regalen, welche sowohl Neuheiten als auch das Komplettsortiment präsentieren, für den Kunden klar strukturiert werden.

At the end of November 2015, the redesigned CCA market in Spreitenbach, near Zurich, was officially opened.

The two-storied Cash+Carry market presents itself on an overall area of about 5'000m² in a new, fresh look.

The aim of the new concept was the creation of a Cash+Carry market in which freshness plays a special role. Newly created market places make sure that every assortment group receives a special appearance and that shopping turns into a special experience for customers.

By offering additional services like the presentation of new products or ideas, changing according to season or demand, the customers are being surprised again and again. For example, besides enjoying snacks and coffee in the new bistro, also the whole furnishing, from the chairs to the dishes, can be purchased directly in the store.

Through the creation of product worlds and highlight-shelves, which show novelties as well as the whole product range, especially the new non-food area was clearly structured for the customers.



FRISCHMARKT

FRISCHMARKT



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Bereits vor dem Betreten des Marktes werden die Kunden vom typischen Grün der Marke Angehrn begrüßt. Im Markt selbst wird ihnen an Frische vom Metzger-Service mit Fleisch- und Wurstwaren aus dem hauseigenen Reifeschrank über ein breites Angebot an Obst und Gemüse bis hin zu einer reichen Auswahl an Käse mit regionalen Spezialitäten alles geboten. Über die Rolltreppe gelangt man in das Obergeschoss, wo sich die neue Non Food Welt mit ihren verschiedenen Sortimenten den Kunden präsentiert.

Durch die Verwendung von Grobspanplatten, Europaletten und Metall, sowohl im Food als auch im Non Food Bereich, wird ein wiederkehrendes Element geschaffen und der Fokus auch optisch weiterhin auf Cash+Carry gelegt.

Auch das neue Grafikkonzept wurde von Interstore Design entwickelt und trägt nun mit einer skizzenhaften Darstellung der Sortimente zur besseren Orientierung der Kunden im Markt bei. Die Beschriftung wurde dabei direkt auf das Material wie beispielsweise Grobspanplatten gedruckt, was dem Ganzen einen besonderen Effekt verleiht.

Das Konzept wurde von Interstore Design geplant und in Zusammenarbeit mit Schweitzer Project erfolgreich umgesetzt. Der Umbau wurde in Phasen realisiert, wodurch der Markt für die Kunden geöffnet bleiben konnte.

Already before entering the market itself, the customers are welcomed by the typical green of the brand Angehrn. Inside the market, they can find everything relating to fresh food, from a butcher service with products from their own dry-aging refrigerator to a large assortment of fruit and vegetables and a comprehensive range of cheese with regional specialties.

An escalator leads to the upper floor and to the new non-food world with its various assortments

By using oriented strand boards, euro-pallets and metal, in the food area as well as in the non-food area, a recurring element was created and also visually the focus continues to be on Cash+Carry.

The new graphic concept as well was developed by Interstore Design. With its sketchy images of the assortments it makes it easier for customers to find their way through the market. The lettering was printed directly on the materials as for example the oriented strand boards, which gives the whole graphic concept a special look.

The concept was planned by Interstore Design and successfully implemented together with Schweitzer Project. The reconstruction was realized in phases, so the market remained open for the customers

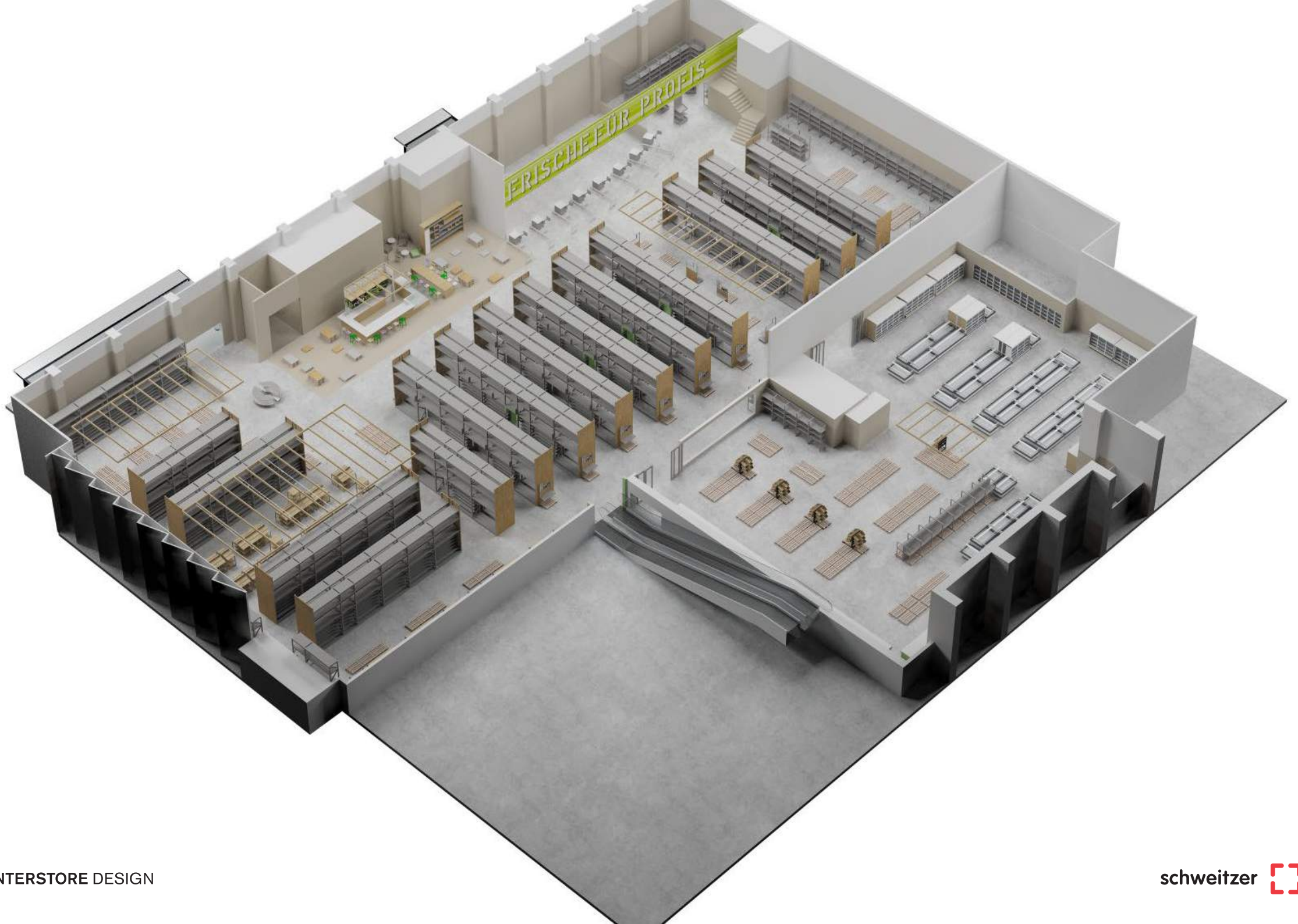
DESIGN & BUILD BY US!



INTERSTORE DESIGN



schweitzer 









Ich bin Max,
Ihr Metzgermeister.

Einen Fleisch-Zuschnitt, die Abholung
Ihrer Bestellung, oder eine Beratung?
Einfach klingeln.



mérat
VIANDES & COMESTIBLES

Höchste Metzger-
Handwerkskunst





INTERSTORE DESIGN



schweitzer 





INTERSTORE DESIGN





GESCHIRR

NONFOOD

NEUHEITEN

< SERVICE

KÜCHE >

< REINIGUNG

VERBRAUCHS-
MATERIAL >











We think retail!

Interstore Design | Hardturmstrasse 253 | CH-8005 Zürich | T +41 44 542 90 40
info@interstore.ch | interstore.ch

Schweitzer Project | Industriezone 7/9 | I-39025 Naturns | T +39 0473 670 670
info@schweitzerproject.com | schweitzerproject.com