

POS

Packaging · Displays
IT · Multimedia
Design · Ladenbau

Das Magazin zum Point of Sale

KOMPAKT

7,80 Euro 11. Jahrgang www.pos-kompakt.net ISSN-Nr. 1867-173X

1 | 2018 Februar



■ POS Masters 2018:
Aller guten Dinge sind drei

■ Payment: EDEKA Aschoff setzt auf
innovative Cash-Handling-Lösung von Glory

■ POS: Köln Arcaden – Neues Shopperlebnis
auf der „Schäl Sick“

■ EuroCIS 2018:
Fortschreitende Digitalisierung

**EXPO
4.0** OFFIZIELLER
MEDIENPARTNER

Das rechtsrheinische Köln-Kalk mausert sich. Und auch die Köln Arcaden in seinem Zentrum zeigen sich nun in neuem Gewand. Entlang der gesamten Kundenreise hat kplus konzept ein modernes, einladendes Design für die sich verändernden Zielgruppen im Stadtteil entwickelt.

Köln Arcaden: Neues Shopping-erlebnis auf der „Schäl Sick“



Auf der „Schäl Sick“ zu wohnen bekommt für die junge, mobile Mittelschicht ein immer besseres Image. Das ehemalige Arbeiterviertel – infrastrukturell bestens angebunden, Heimat zahlreicher Startups und Großkonzerne und vornan in der Quartiersentwicklung ehemaliger Industriearale – wandelt sich gerade in ein inspirierendes,

kreatives Multikulti- und Easy Living-Viertel. Auch die Zielgruppen aus dem östlichen Kölner Speckgürtel werden diese Shopping-Destination zu schätzen wissen.

Die Mission also für die Modernisierung: Überraschen, Inszenieren, Emotionen wecken. Passend zur jungen Zielgruppe wurden drei themenbezogene Einkaufsbereiche – in



Nach umfangreichen Umbauten präsentieren sich die Köln Arcaden auf drei Ebenen, die jeweils durch unterschiedliche Farbkonzepte gekennzeichnet sind, mit über 100 Geschäften und einem breiten gastronomischen Angebot als attraktives Shopping-Ziel.

Alle Fotos: © „kplus konzept studios“

Zusammenarbeit mit mfi – a division of Unibail-Rodamco Group – entwickelt und gestalterisch umgesetzt: Die „Urban Heights“ im Obergeschoss, „Dynamic Downtown“ im Erdgeschoss und die „Streetkitchen“ im Basement – jede Ebene des Centers hat ein zum Thema passendes Look & Feel bekommen. Zudem wurden der Haupteingang sowie sämtliche Nebeneingänge re-design und sind zur neuen Attraktion geworden.

Kundenreise mit (Stadt-)Plan

Die Grundlage für die Differenzierung der Etagen ist jeweils eine aus dem Raster des Kölner Stadtplans entwickelte Grafik. Jedes Muster markiert Geschosse und Park Ebenen, immer in Kombination mit einem unterschiedlichen Farbthema. So ist nicht nur für Ästhetik, sondern auch für bestmögliche Orientierung gesorgt. Deckenlicht-, Wand- und Bodengestaltung der Ruhezone – sie alle setzen das Musterspiel gekonnt fort. Und, kein Zweifel: Kalk ist Köln, ruft es von den Wänden, deren Grafiken die Wahrzeichen der Rheinmetropole (inklusive Geißbock) im Scherenschnitt integrieren. Sie sind auf allen Etappen der Kundenreise zu bestaunen und dienen als Leitsystem im Gebäude. Zum Beispiel beim Zwischenstopp im komplett neu gestalteten Kunden-WC, das sich in erfrischender Ästhetik als wahre Wohlfühlzone mit viel Komfort und Services präsentiert, so mit einer Still- und Wickellounge.

Der Himmel über Kalk

Tageslicht so weit das Auge reicht: Der zentrale Lichthof bietet eine 20 Meter lange Öffnung zum Basement. Von hier aus wächst der „Lichtbaum“, die von kplus konzept kreierte Mall-Skulptur, gen Himmel. Ein weiteres Design-Highlight sind hier die etagenübergreifenden Fassadenelemente. Die „Street Front Ele-

ments“ sorgen als Klammer zwischen den Etagen auf elegante Weise dafür, dass sich die Blicke auf Mieter und Attraktionen in den anderen Geschossen richten. Ebenso lässt die Balkonkonstruktion für grüne Bepflanzung oder Warenpräsentationen die Blicke nach oben wandern.

Doch was wäre der schönste Einkaufsbummel ohne einen kulinarischen Zwischenstopp? Die Streetkitchen bietet cooles Casual Dining mitten in Kalk. Im langen Lichthof des Basements ist hier der Food Court zur Straße geworden, die nicht nur mit dem zentralen Lichtbaum, sondern auch mit Neon-Schriftzügen und gekonnten Farb- und Lichtakzenten bei Möblierung, Leuchten und Bodenbelag als urbaner Treffpunkt glänzt.

Relax – Downtown!

Entspannte Shopping-Pausen, Ausblicke, Handy aufladen – das bieten die vielen, großzügigen und komfortablen Lounge-Areale auf allen Center-Ebenen. Im „Urban Heights“-Bereich für Family, Fashion & Entertainment locken sie mit natürlichen Materialien und Farben, doch nicht ohne kreative Überraschungen, so mit der Couch auf Badewannenfüßen. „Dynamic Downtown“ ist die Etage für Casual & Young Fashion. Die Lounges sind hier in kräftigen Farben gestaltet – ein umgestaltetes Snowboard präsentiert sich hier schon einmal als Sitzbank – versehen mit einem ordentlichen Schuss Köln-Kalk, made by kplus konzept! ♦

Über kplus konzept

Unverwechselbare Store Designs, multisensorische Markeninszenierungen, zukunftsweisende Erlebniswelten für Shopping Center, spannende Kommunikationskonzepte – das sind die Themen von kplus konzept. Führende Mall Betreiber, Marken und Filialisten gehören zu den Kunden des 2005 in Düsseldorf gegründeten Unternehmens, geführt von Innenarchitektin Bettina Kratz und Kommunikationsdesigner Markus Kratz. 20 Mitarbeiter zählt das Team aus Innenarchitekten, Kommunikations-, 3D-, Game-, Web- und Produktdesignern, Photographen und Textern. Beste Voraussetzung für das komplette Markenerlebnis aus einer Hand.



Das moderne Design der Köln Arcaden richtet sich speziell an die sich verändernden Zielgruppen im Stadtteil Köln-Kalk.