

umdasch

THE STORE MAKERS

PRESSE-INFORMATION
AMSTETTEN, 11. Dezember 2020
ERSTELLER: ALBERT NAGY

FÜR DIE BESTEN FANS DER WELT

FC Bayern eröffnet einzigartiges Projekt in der Fußballwelt

Am 10.12.2020 eröffnete die neue FC Bayern World im Zentrum der bayrischen Hauptstadt München (DE), direkt zwischen Rathaus und Frauenkirche die Tore für ihre Fans. Das Gebäude mit Boutique-Hotel, zwei Restaurants und Flagship-Store ist das Finalspiel des geschichtsträchtigen Vereins im 120. Jubiläums-Jahr und nach einem sensationellen Saisonverlauf. Die Retailfläche wurde von den Architekten von umdasch The Store Makers entworfen und ebenfalls baulich umgesetzt: Auf einer Gesamtfläche von über 1.000 m² spielt der Store in der Retail-Champions League.

Anpfiff

Wenn sich die Schiebetür des Flagships öffnet und man den Store betritt, wird sofort klar, für wen dieser Ort geschaffen wurde: „FÜR DIE BESTEN FANS DER WELT“, hat ein Laser in die Bodenmatte gebrannt. Und diese verdienen wohl nichts anderes als ein Geschäft, das man definitiv zu den interessantesten Retail-Projekten von 2020 in Europa zählen kann. Der gesamte Store über drei Stockwerke wird über eine zentrale Treppe erschlossen. Die markante Raute im Treppenauge – eine Anlehnung an das bayrische Wappen im Logo – verbindet optisch alle Etagen. Emotionales Herzstück ist die überdimensionale LED Wall an der Unterseite der Treppe. Das Store-Konzept der Store Makers von umdasch kurz zusammengefasst: Tradition trifft Zukunft.

Store der Kontraste

Für die FC Bayern World ließen sich die Teams um Projektleiter Peter Romics vom FC Bayern und Maik Drewitz, Shop Consult Director umdasch, etwas Besonderes einfallen. Sie entwickelten ein Haus der Kontraste. „Die Fassade, welche angelehnt an das ursprüngliche Gebäude im Sgraffito-Stil gestaltet wurde, trifft im Inneren auf bedruckte Betonwände“, erklärt Maik Drewitz von umdasch. Und weiter: „Im zentralen Treppenraum bilden warmes Eichenholz und roher Schwarzstahl einen kontrastreichen Spannungsbogen“, so Drewitz. Für die Auswahl der Materialien wurde bewusst auf regionale Lieferanten gesetzt. Beleuchtete Glaswände aus einer bayrischen Manufaktur lassen den gegossenen Bodenbelag aus Münchener Kieselsteinen erstrahlen. Das Erdgeschoss ist der Mannschaft des Rekordmeisters gewidmet: Die Spieler wurden gescannt und im 3D-Druck-Verfahren als lebensgroße Figuren für den Store angefertigt. Sie präsentieren die aktuellen Trikotserien im Mittelraum, an den Wänden wurden von umdasch individuelle, schwebende Wandsysteme entwickelt. Die mehr als 20 integrierten digitalen Touchpoints im Store sind Teil des ganzheitlichen Store-Konzepts und beinhalten zahlreiche Innovationen, wie Mirror-Screens in den Umkleiden, mehrere Selfie-Points und Transparent Screens für die Pokalpräsentation sowie Projection Mapping in der Kassenzone.

Player Experience

Im Untergeschoss, dem Performance-Level in Kooperation mit adidas, finden Fans die gesamte Bandbreite an passender Ausstattung. Beginnend mit Trikots, über das Equipment für Training, gelangt man zu einem Highlight des Stockwerks, der Schuhwand. Diese ist wie ein Labor gestaltet, in dem die Neuentwicklungen wachsen und gedeihen. Gleich daneben können die Fans sich im „Test Cage“ in verschiedenen Gaming-Szenarien mit den Profis messen. Trikots, Schuhe und Bälle lassen sich in der „Werkstatt“ nach individuellen Vorstellungen der Fans personalisieren. Die Präsentation der „TRIPLE Pokale 2020“ findet hier in digitalen Vitrinen hinter Transparent Screens statt und unterstreicht das spielerische Erlebnis des Gewinnens. Sogar der FC Bayern E-Sports Mannschaft ist mit der KONAMI-Lounge ein eigener Bereich gewidmet.

Branding auf allen Ebenen

Das Fan-Level im Obergeschoss lässt der Community keine Wünsche offen. Neben Tassen und Schals gibt es hier auch exklusives Merchandising zu ergattern, das ausschließlich in der FC Bayern World in München vertrieben wird. Während sich die jüngsten Fans am Maskottchen Berni erfreuen, können die Väter auf der Audi-Fläche des Anteilseigners am großen Touch-Screen und der LED Wall ein Audi-Modell konfigurieren und virtuell um die Allianz-Arena eine sportliche Probefahrt unternehmen. Als Souvenir zum Mitnehmen zeichnet ein Roboter anschließend eine Skizze des Traummodells. Wenn sich die Schiebetüre dann wieder schließt, verlässt man die FC Bayern World nicht nur mit allerlei Fan-Artikeln, frisch bestickten Trikots und einem vorkonfigurierten neuen Fahrzeug, sondern vor allem mit einem: dem Gefühl, etwas Einzigartiges erlebt zu haben, und dem Bedürfnis unbedingt wiederkommen zu wollen.



Kontakt:

Albert Nagy

Marketing & PR

umdasch Store Makers Management GmbH

Josef Umdasch Platz 1, 3300 Amstetten, Austria

T +43 7472 605 1957

albert.nagy@umdasch.com

www.umdasch.com

umdasch: handwerklich verwurzelt, visionär im Digitalen, stets mit menschlichem Anspruch und einem Ziel: Erfolgreiche Stores zu realisieren. Die Store Makers von umdasch gestalten außergewöhnliche Erlebniswelten für anspruchsvolle Kunden in den Branchensektoren Lifestyle Retail, Food Retail, Premium Retail und Digital Retail. umdasch The Store Makers zählt mit mehr als 1500 Mitarbeitern zu den führenden Ladenbau-Unternehmen Europas. Die Zentrale befindet sich in Amstetten, Österreich. Mit rund 20 eigenen Standorten in Europa und Middle East realisiert umdasch mit seinen vier operativen Divisionen jährlich über 7000 Ladenbau-Projekte und 200 Generalunternehmer-Projekte. Gemeinsam mit den Schwesterunternehmen Doka und Umdasch Group Ventures und über 180 Produktions-, Logistik- und Vertriebsniederlassungen in 70 Ländern befindet sich das Unternehmen seit über 150 Jahren im Besitz der Familie Umdasch.