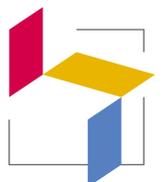




MARKENWELTEN PERFEKT INSZENIERT
PERFECTLY STAGED BRAND WORLD

01
APRIL 2019 | APRIL 2019

HOFFMANN
LADENBAU





GUIDO

KRUTHOFF

JÜRGEN

FRECHEN

MARKENIDENTITÄT IN DEN LADENBAU ÜBERSETZEN TRANSLATING BRAND IDENTITY INTO SHOPFITTING

JEDE MARKE HAT IHREN EIGENEN CHARAKTER. WIR SIND DIE ÜBERSETZER DER MARKENIDENTITÄT – ZUM BEISPIEL FÜR HORST, GEERS HÖRAKUSTIK ODER LA MAISON VALMONT. EVERY BRAND HAS ITS OWN CHARACTER. WE ARE TRANSLATORS OF BRAND IDENTITY – FOR EXAMPLE, FOR HORST, GEERS HÖRAKUSTIK OR LA MAISON VALMONT.

01

STORE OF THE
YEAR 2019: HORST!
STORE OF THE
YEAR 2019: HORST!

Bei uns steht die Identität einer Marke immer im Mittelpunkt. Deshalb sind unsere Experten darauf spezialisiert, für jede Marke die individuelle und perfekte Übersetzung im Ladenbau zu finden. Nur wenn das Interieur hält, was das Markenimage verspricht, kreieren Unternehmen für ihre Kunden ein ganzheitliches Markenerlebnis.

Ein im wahrsten Sinne des Wortes ausgezeichnetes Beispiel ist HORST Bahrenfeld in Hamburg: Der neue Do-It-Yourself-Markt erhielt vor Kurzem die begehrte Auszeichnung „Store of the Year 2019“ vom Handelsverband Deutschland. Aber auch in anderen Bereichen ist es uns gelungen, Kunden mit der Übersetzung von Markenidentität zu begeistern: Bei Geers Hörakustik kann man gutes Hören jetzt auch sehen – im Design von sieben neu eröffneten Filialen! Mit standardisierten und trotzdem individuellen Lösungen von Hoffmann Ladenbau eröffnet Geers seinen Kunden neue Hörwelten.

Ein besonderes Highlight im Luxusbereich ist der neue Store von La Maison Valmont in München: Die Mischung aus Beautyboutique und Kunstgalerie macht einen Besuch für Kunden zu einem ganz besonderen Erlebnis, das die Identität der Marke widerspiegelt.

Viel Spaß beim Lesen wünschen Ihnen
Jürgen Frechen und Guido Kruthoff

03

BEAUTY, KUNST
UND PURER LUXUS
BEAUTY, ART AND
PURE LUXURY

We always focus on the identity of a brand. Therefore, our experts are specialists in finding the individual and perfect shopfitting translation for every brand. Only if the interior endorses what the brand image promises, can companies create an integral brand image for their customers.

An excellent example, in the fullest sense of the word, is HORST Bahrenfeld in Hamburg: The new do-it-yourself market will soon be receiving the coveted “Store of the Year 2019” award from the German Retail Association. However, even in other areas, it has been possible to excite customers by translating brand identity: At Geers Hörakustik it can be heard and now also seen in the design of seven newly opened branches! Geers is opening a new hearing world for its customers using the standardised but individual solutions of Hoffmann Ladenbau.

A special highlight in the luxury range is the new La Maison Valmont store in Munich: The mixture of beauty boutique and art gallery makes the customer’s visit a completely special experience that reflects the identity of the brand.

We hope you enjoy reading about our projects
Jürgen Frechen and Guido Kruthoff

02

GEERS HÖRAKUSTIK
ERÖFFNET KUNDEN
NEUE HÖRWELTEN
GEERS HÖRAKUSTIK
OPENS UP NEW
WORLDS OF HEARING



STORE OF THE YEAR 2019: HORST!

STORE OF THE YEAR 2019: HORST!

HORST ist ein Do-It-Yourself-Markt, der kein Baumarkt ist. Denn er ist sehr viel mehr – und vor allem anders. Deshalb gewann das innovative Konzept den „Store of the Year 2019“-Award in der Kategorie „Home/Living“ vom Handelsverband Deutschland.

HORST is a do-it-yourself market and not a hardware store. It is so much more than this, and also very different. This innovative concept therefore won the “Store of the Year 2019” award in the “Home/Living” category of the German Retail Association. ►



Für die Jury des „Store of the Year“-Awards war die Sache klar: HORST Bahrenfeld in Hamburg ist es gelungen, das Thema „Do It Yourself“ neu zu emotionalisieren und gezielt die Kreativität der Kunden anzusprechen. Ein besonderes Lob erhielt gleichzeitig die „intuitive und nachhaltige Ladengestaltung“, die Hoffmann Ladenbau nach den Plänen des Hamburger Designbüros „design for human nature“ in nur 6,5 Monaten weiterentwickelte und realisierte.

Do-It-Yourself-Inspiration

HORST selbst sieht sich als „Laden um die Ecke für alle kreativen Ideen für Deine Wohnung“. Zielgruppe sind deshalb auch nicht Handwerker, Haus- und Gartenbesitzer, sondern vor allem Mieter und Eigentümer von Wohnungen – mit und ohne Balkon. Der prägnante Name HORST steht dabei als Abkürzung für „Home Renovation Store“.

Eine echte Besonderheit in der Branche: HORST präsentiert sich nicht wie ein typischer Baumarkt mit unendlich vielen Gängen, sondern übersichtlich, sehr strukturiert und einladend. Das Sortiment ist auf das Wesentliche reduziert. Gleichzeitig gibt es gut gelaunte Mitarbeiter, viel Do-It-Yourself-Inspiration und wirklich ungewöhnliche Services. Dazu zählen

zum Beispiel Transportfahrräder zum Ausleihen und Nachhause-Fahren der eigenen Einkäufe oder regelmäßige Workshops zu Themen wie „Bauen wir eine Wohnlandschaft“ oder „Wie bohrt man richtig“. Und Geräte, die selten benötigt werden, lassen sich kostenfrei ausleihen – wie Schlagbohrmaschinen.

Werkstatt mit Schallschutz

Für den 792 Quadratmeter großen Shop fertigte Hoffmann Ladenbau von März bis Oktober 2018 alle Einrichtungs-elemente, darunter viele Regale, Präsentationsmodule, die Kasse und ein Servicepoint. Der Auftrag umfasste aber auch einen Balkon mit Bodenbelag, Bereiche für Workshops sowie als Besonderheit eine Werkstatt mit Schallschutzglas und -decke. In der Werkstatt können Kunden zum Beispiel Hölzer bedrucken und gravieren oder mit Lasertechnik schneiden lassen.

Das Design: Natürlich und locker

„Wir haben für HORST die technische Entwicklung und Realisierung der neuen Einrichtung übernommen“, erläutert Rüdiger Fleige, Projektleiter bei Hoffmann Ladenbau. „Dabei ist das Designkonzept genau wie die Mitarbeiter: natürlich und locker.“ Dies zeigt sich schon beim Betreten des Shops: Die Atmosphäre ist hell und freundlich, das dominierende Material ist Holz. Rüdiger

Fleige: „Als Material für die Einrichtungs-elemente kam hauptsächlich WISA-Spruce zum Einsatz – das sind hochwertige und vielseitig einsetzbare finnische Fichtensperrholzplatten.“ Die Regale sind auch keine typischen Regale, sondern vielmehr thematisch gruppierte Waben. Der Aufbau folgt dem Prinzip „Wofür – Wie – Womit“, sodass die Kunden nicht viel Zeit mit Suchen verschwenden müssen, sondern alles direkt finden.

Positives Medien-Echo

Von der Realisierung der Shop-Einrichtung ist der Kunde begeistert: „Danke an das Team von Hoffmann Ladenbau für die Realisierung unserer aufwendigen Ladengestaltung“, so Silke Jansohn, Business Development und Marketing Managerin der Möller & Förster GmbH & Co. KG nach der Eröffnung Ende Oktober 2018. Besonders überrascht war das HORST-Team vom Medien-Echo: „Wir bekommen tolle Berichte zu unserem Shop – sogar das Handelsblatt und die Lebensmittelzeitung sind dabei!“

Weitere Informationen zu HORST finden Sie unter www.horst.com.



This was a clear thing for the “Store of the Year” awards jury: HORST Bahrenfeld in Hamburg succeeded in reemotionalising the “Do-it-yourself” theme and responding to customer creativity. Also the “intuitive and sustainable shop design” received particular praise, which Hoffmann Ladenbau developed and implemented according to the plans of the Hamburg design office “design for human nature” in only 6.5 months.

Do-it-yourself Inspiration

HORST envisages itself as “the corner-shop” for all creative ideas for your home”. The target group therefore, is not craftsmen, house and garden owners, it is mainly tenants and owners of homes – with or without a balcony. The short name HORST is actually the abbreviation for “HOME Renovation STORE”.

A true speciality in the industry: HORST does not present itself as a typical hardware store with an endless number of aisles, but is clearly arranged, very structured and inviting. The product range is reduced to the essentials. Its staff are friendly, there is a lot of do-it-yourself inspiration and very unusual services. For example, there are transport bicycles for hire, the

driving home of individual purchases, or regular workshops such as “How to build a living space” or “How to drill correctly”. Also devices that are rarely used can be hired for free – for example, impact drills.

Sound-insulated Workshop

Hoffmann Ladenbau completed all the interior elements for the 792 square metre shop from March to October 2018, including multiple shelves, presentation modules, the checkout and a service point. The order also included a balcony with floor covering, areas for workshops and a workshop with sound-insulating glass and ceiling. In the workshop, for example, customers can print on and engrave wood, or cut it using laser technology.

The Design: Natural and relaxed

“We took over the technical development and implementation of the new installation for HORST”, says Rüdiger Fleige, Project Manager at Hoffmann Ladenbau. “The design concept is just like the staff, natural and relaxed.” You notice this when entering the shop: The atmosphere is light and friendly, the dominant material is wood. Rüdiger Fleige: “WISA-spruce is mainly used as the material for the furnishing elements – this is high-quality and

versatile, Finnish plywood panel.” The shelves are also not typical shelves, but honeycombs grouped together by theme. They are structured according to the principle of “For what – How – With what”, so the customer does not have to waste much time looking, but can find everything immediately.

Positive Media Reaction

The customer is very excited about the shop’s setup: “Thank you to the Hoffmann Ladenbau team for implementing our elaborate store layout”, said Silke Jansohn, Business Development and Marketing Manager of Möller & Förster GmbH & Co. KG following the opening at the end of October 2018. The HORST team was particularly excited by the reaction of the media: “We are receiving fantastic reports about our shop – even from the journals „Handelsblatt“ and „Lebensmittel Zeitung“!

You will find further information about HORST here: www.horst.com.



Der Do-It-Yourself-Markt HORST gewann den „Store of the Year 2019“-Award in in der Kategorie „Home/Living“. Auf dem Bild links sind alle Teilnehmer der Ehrung zu sehen. The do-it-yourself market HORST won the „Store of the Year 2019“ award in the category „Home / Living“. On the picture left all participants of the ceremony can be seen.

Bildquelle: HDE - Handelsverband Deutschland



GEERS HÖRAKUSTIK ERÖFFNET KUNDEN NEUE HÖRWELTEN

GEERS HÖRAKUSTIK OPENS UP NEW WORLDS OF HEARING FOR CUSTOMERS

Gutes Hören kann man sehen – im Einrichtungskonzept von Geers Hörakustik. Die Hochwertigkeit der Beratung und Produkte spiegelt sich auch im Design der neu eröffneten Filialen wider.

Das Ambiente in den neuen Filialen von Geers Hörakustik ist gleichzeitig modern, funktional und gemütlich: Den Besucher empfangen Wandpaneele in heller Eiche-Optik, platinweiße Kassencounter, dunkle Vinylböden in der Farbe „Walnuss“ und dekorative Farbtupfer in Form von Stühlen, die das Grün des Geers-Logos aufgreifen. Dieses Einrichtungskonzept von Geers Hörakustik hat Hoffmann Ladenbau von September 2018 bis März 2019 in mehreren Filialen exakt umgesetzt: Für die fünf Städte Hamburg, Hannover, Herzogenaurach, Lübeck, München und die Gemeinde Havixbeck übernahmen die Ladenbau-Experten als Generalunternehmer die komplette Realisierung der Shops inklusive Möbel, für die Filiale in Weener wünschte der Mutterkonzern Sonova Retail Deutschland ausschließlich die Möbel-Fertigung.

„Bei den sechs Filialen handelt es sich um sehr unterschiedliche Projekte mit Shopgrößen von 70 bis 100 Quadratmetern“, erklärt Florian Fliss, Projektleiter bei Hoffmann Ladenbau. „Von Neu- über Umbauten bis hin zu Umzügen in größere Filialen war alles dabei. Trotzdem haben wir jedes Projekt in rund drei Wochen erfolgreich abschließen können.“

Eine Besonderheit jeder Geers-Filiale ist das Hörstudio, das für standardisierte Hörtests besondere Anforderungen erfüllen muss. „Hier bekamen wir exakte Vorgaben, zum Beispiel zu der Position von Lautsprechern und Stühlen“, so Florian Fliss. Aber auch auf allen anderen Ebenen erfolgte eine sehr enge Zusammenarbeit mit der Planungsabteilung von Sonova: „Unsere Ladenbau-Experten haben sich ab dem dritten Laden vorab jede Filiale

vor Ort angesehen, anschließend die Einrichtungsplanung entworfen und zur Freigabe an Sonova geschickt. So entstanden standardisierte und trotzdem individuelle Konzepte, die perfekt zu den baulichen Voraussetzungen jeder Filiale passen.“

Weitere Informationen zu Geers Hörakustik finden Sie unter www.geers.de.

Standorte: 7 Filialen

Fachgeschäfte Größe:

70 bis 100 qm

Arbeiten: GU-Leistungen inkl.

Trockenbau, Elektroinstallati-
onen, Böden, Malerarbeiten,
eigene Ladenbau-Möbel

Realisierung: ca. 3 Wochen

Locations: 7 branches

Shop size: 70 to 100 sqm

Work: General contractor
services incl. dry construction,
electrical installations, floors,
painting, individual Ladenbau
furniture

Execution: approx. 3 weeks in
each case

Good hearing is visible in the Geers Hörakustik furnishing concept. The high quality of the consultancy and products is also reflected in the design of the recently opened branches.

The ambience in the new Geers Hörakustik branches is modern, functional, yet comfortable: Visitors are welcomed by light oak-effect panels, platinum white checkout counters, dark walnut-coloured vinyl floors and decorative spots of colour provided by chairs in the Geers logo's

green. Hoffmann Ladenbau has been implementing the Geers Hörakustik concept in many of its branches from September 2018 to March 2019: As general contractor, the Ladenbau experts took over the full fitting of the shops, including furniture, for the five cities of Hamburg, Hannover, Herzogenaurach, Lübeck and Munich and the city of Havixbeck, the parent company Sonova Retail Deutschland wanted to exclusively produce the furniture for the branch in Weener.

“The projects for the seven branches are very different with shop sizes of 70 to 100 square metres,” says Florian Fliss, Project Manager for Hoffmann Ladenbau. “They included everything from new constructions, to modifications and relocations to larger branches. In spite of this, we were able to successfully complete each project in approximately three weeks.”

A special feature of every Geers branch is the hearing studio, which needs to meet specific requirements for standardised hearing tests. “We received special specifications for this, e.g. the position of speakers and chairs,” says Florian Fliss. However, we collaborated very closely with Sonova’s planning department in all the other areas: “Our Ladenbau experts looked at every branch on site beforehand from the third shop, then drafted the interior planning and sent this to Sonova for approval. The result was standardised, yet individual concepts perfectly matched to the structural requirements of each branch.”

You will find further information on Geers Hörakustik here: www.geers.de.

Van Cleef & Arpels



EDLES PARADIES FÜR JUWELEN

A NOBLE PARADISE FOR JEWELLERY

Möbel mit Blattgold, perlmutter-verzierte Möbel und handbestickte Tapeten mit Blumenmotiven und Paradiesvögeln: Im Herzen von Moskau hat Van Cleef & Arpels ein neues Juwelenparadies erschaffen. // Furniture with gold leaf, mother-of-pearl decorated furniture and hand-stitched carpets with floral and birds of paradise designs: Van Cleef & Arpels have created a new jewellery paradise in the heart of Moscow.

Nicht nur für Schmuck-Liebhaber ist die neue Boutique von Van Cleef & Arpels im Moskauer Nobel-Einkaufszentrum Petrovsky ein echtes Paradies: Hier treffen kostbare Juwelen auf ein edles Ambiente, das an einen fürstlichen Garten erinnert. Bei der Realisierung arbeitete Van Cleef & Arpels eng mit den Spezialisten von Hoffmann Interior zusammen.

Das Ergebnis zieht die Besucher des Moskauer Einkaufszentrums seit November 2018 in seinen Bann: Im Zentrum der Boutique steht eine beeindruckende Rotunde, die Hoffmann Interior konstruierte und die danach von einem französischen Atelier mit Blattgoldzeichnungen verziert wurde. „Im Treppenhaus zum zweiten Stock finden sich außerdem formverleimte Paneele in Überlänge, die wir vor Ort angepasst und mit italienischen Stoffen bespannt haben“, erklärt Jodok Weiß, Projektverantwortlicher bei Hoffmann Interior.

Neben diversen Verkaufstischen fertigten die Experten von Hoffmann Interior auch Präsentationsvitrinen, teilweise mit speziell gezogenen Acrylglas-Hauben, edle Einbauschränke sowie Tische, Schiebetüren und Schaufenster. Echte Handwerkskunst kam bei Möbeln zum Einsatz, die teilweise mit Perlmutter oder Strohmarketerie belegt sind. Das Design-Konzept entwickelte der Kunde zusammen mit dem französischen Architekturbüro LANDMARK Architecture.

„Wir haben seit Anfang 2013 viele gemeinsame Projekte mit Van Cleef & Arpels in ganz Europa, Australien, den Arabischen Emiraten und Russland verwirklicht“, berichtet Jodok Weiß. „Deshalb wussten wir genau, worauf Van Cleef & Arpels besonderen Wert legt: Auf höchste Standards bei Materialien und Ausführungsqualität sowie eine pünktliche Fertigstellung.“

Weitere Informationen zu Van Cleef & Arpels finden Sie unter www.vancleefarpels.com. //

The new Van Cleef & Arpels boutique in Moscow's Petrovsky Passage shopping centre is a real paradise, not just for jewellery lovers: Precious jewels combined with a classy ambience are reminiscent of a noble garden. Van Cleef & Arpels worked closely with the specialists from Hoffmann Interior to achieve this.

The result has been beguiling visitors to the Moscow shopping centre since November 2018: In the centre of the boutique stands an impressive rotunda, which was constructed by Hoffmann Interior and then decorated by a French studio with gold leaf designs. „Extended length, shaped, glued panels can be seen in the staircase to the second floor, which we have adapted on site and covered with Italian materials“, explains Jodok Weiß, Project Manager at Hoffmann Interior.

Alongside the sales counters, the experts from Hoffmann Interior have also produced display cases, with specially developed acrylic glass covers, elegant built-in cupboards and tables, sliding doors and display windows. Real craftsmanship has been used in the furniture, some covered with mother-of-pearl or straw marquetry. The customer developed the design concept with the French architecture company LANDMARK Architecture.

“Since the start of 2013, we have carried out many projects with Van Cleef & Arpels throughout Europe, Australia, the Arab Emirates and Russia,” says Jodok Weiß. “So we knew exactly what is particularly important for Van Cleef & Arpels: The highest standards in materials and workmanship and completion on time.”

You will find further information about Van Cleef & Arpels here: www.vancleefarpels.com.



BEAUTY, KUNST UND PURER LUXUS BEAUTY, ART AND PURE LUXURY

Klare Linien, weiße Hochglanz-Oberflächen und viel poliertes Messing: Die Luxusmarke La Maison Valmont inszenierte ihre neue Boutique in München als exklusive Mischung aus Beautyboutique und Kunstgalerie. // Clear lines, white high-gloss surfaces and lots of polished brass: The luxury brand La Maison Valmont is staging its new boutique in Munich with an exclusive mixture of beauty boutique and art gallery.

Der neue Store von La Maison Valmont in der bayerischen Metropole ist viel mehr als ein Kosmetik- und Parfümparadies für anspruchsvolle Kunden: Die Mode- und Lifestyle-Marke hat hier einen ganz besonderen Ort geschaffen, der Kunden von Anfang an fasziniert. Schon der Standort wurde sorgfältig ausgewählt: Ein ehemaliges Kutscherhaus in einem Hinterhof an der Maximilianstraße – der weltbekannten Prachtstraße aus dem 19. Jahrhundert. Hier entstand auf drei Etagen eine luxuriöse Welt mit exklusiven Pflege- und Anti-Aging-Produkten, feinsten Parfums, besonderen Accessoires und Kunst.

„Wir waren unter anderem verantwortlich für den Umbau von Räumen im Obergeschoss sowie die Fertigung, Lieferung und Montage der Möbel auf allen Ebenen“, erklärt Projektleiter Stefan Pietz von Hoffmann Interior. Das Ergebnis spricht für sich: Die hochwertige Materialauswahl, exklusive Handwerkskunst und perfekte Verarbeitung ist jedem Einrichtungselement anzusehen.

In den lichtdurchfluteten Räumen mit hohen Decken kommt das Einrichtungskonzept des Hamburger Architekturbüros „Breil+ Creative

Partners“ ganz besonders zur Geltung. Neben einem Kassenbereich mit Rückschrank fertigte Hoffmann Interior unter anderem zwei Produkttische als Testerbars, acht Präsentationskuben mit Glasaufsatz, eine Bank, Türen und zwei Messingschilder für die Außenwerbung. „Sehr aufwendig war auch die Realisierung der verschiedenen Rückwände für die Produktlinien L’Elixir de Glacier, Valmont und Storie Veneziani, weil wir hier neben Messing auch hochwertige LED-Beleuchtungen verbaut haben“, so Stefan Pietz.

Ein besonderes Highlight der edlen Einrichtung ist der sogenannte Golden Cage, der als Blickfang die Augen der Kunden direkt auf sich zieht: „Das Objekt besteht aus mehreren ineinander verschachtelten Würfeln, die unsere Experten aus Messing-Vierkantrrohr hergestellt und auf Hochglanz poliert haben“, so Stefan Pietz. Dieses Objekt war sehr aufwendig zu fertigen, weil hier besondere Handwerkskunst gefragt war.“

Bei der Montage aller Möbel mussten die Experten von Hoffmann Interior die baulichen Voraussetzungen des ehemaligen Kutscherhauses berücksichtigen: „Der Eingang der Boutique ist nicht größer

als bei einem Einfamilienhaus“, so Stefan Pietz. „Deshalb konnten wir die Möbel teilweise erst vor Ort zusammenbauen.“ Da es sich um ein sehr altes Gebäude handelt, war es außerdem eine besondere Herausforderung, das Bad und die Sanitärinstallationen im Obergeschoss an die neuesten Anforderungen anzupassen.

Der Kunde zeigte sich mit dem Ergebnis hochzufrieden: „Für eine Marke wie La Maison Valmont zählt jedes kleinste Detail“, erläutert Stefan Pietz. „Deshalb entscheidet sich die Schweizer Marke immer wieder für Hoffmann Interior: Wir haben in den letzten Jahren bereits vergleichbare Projekte für La Maison Valmont in Berlin, Lausanne, Paris und Rom realisiert. Deshalb weiß der Kunde, dass er sich zu einhundert Prozent auf ein hochwertiges Ergebnis verlassen kann.“

Weitere Informationen zu La Maison Valmont finden Sie unter www.valmontcosmetics.com. //

The new La Maison Valmont store in the Bavarian metropolis is much more than a cosmetics and perfume paradise for sophisticated customers: The fashion and lifestyle brand has created a very special place here, which will captivate customers from the start. The location was carefully selected: A one-time coach house in a rear courtyard off Maximilianstraße – the famous boulevard from the nineteenth century. A luxurious world is spread over three floors, including exclusive grooming and anti-aging products, the finest perfumes, special accessories and art.

“We were responsible for the conversion of rooms on the top floor in particular, and the production, delivery and assembly of furniture on all levels”, explains Project Manager Stefan Pietz from Hoffmann Interior. The result speaks for itself: The high-quality selection of materials, exclusive craftsmanship and perfect finishing, can be seen in every furnishing element.

The interior design concept of the Hamburg architects office “Breil+ Creative Partners” can be seen especially in the wonderfully bright rooms with their high ceilings. In addition to the checkout area with

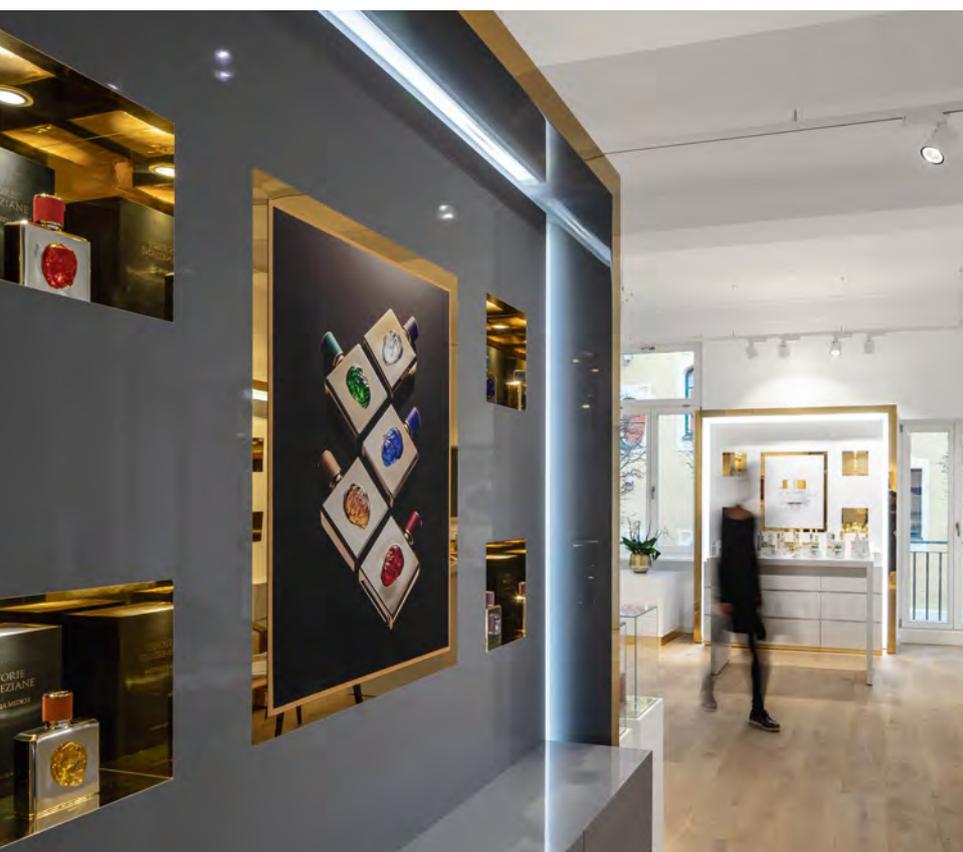
rear cabinet, Hoffmann Interior created two product tables as tester bars, eight display cubes with a glass top, a bench, doors and two brass plates for external advertising. “Also very elaborate was the implementation of the different rear panels for the product lines, L’Elixir de Glacier, Valmont and Storie Veneziani, because in addition to the brass we installed high-quality LED lights”, says Stefan Pietz.

One particular highlight of the sophisticated fitting is the so-called Golden Cage which is an eye-catcher drawing the customer’s eyes to it: “The object consists of multiple cubes, one inside the other, produced out of rectangular brass tube and polished to a high gloss by our experts,” says Stefan Pietz. This object was very expensive to produce, because it required special craftsmanship.“

To assemble all the furniture, the experts from Hoffmann Interior had to consider all the building requirements of the former coach house: “The entrance of the boutique is no bigger than that of a single family house”, says Stefan Pietz. “For this reason, we could sometimes only assemble the furniture on site.“ As this is a very old building, it was also a particular challenge to adapt the bathroom and sanitary installations on the top floor to the latest requirements.

The customer appeared to be very satisfied with the result: “For a brand like La Maison Valmont, every little detail counts”, explains Stefan Pietz. “The Swiss brand therefore chose Hoffmann Interior time and time again: In recent years, we have carried out comparable projects for La Maison Valmont in Berlin, Lausanne, Paris and Rome. Therefore, the customer knows that he can rely one hundred percent on a high-quality result.“

You will find further information about La Maison Valmont here: www.valmontcosmetics.com.



LA MAISON VALMONT

Maximilianstrasse 22, 80539 München

Fachgeschäft Größe: 163 qm

Arbeiten: Trockenbau- und Fliesenarbeiten, eigene Ladenbau-Möbel, Möblierung Bad, Türeinstbau, Fassaden-Außenwerbung, Sanitärinstallation für Teeküche, zwei Behandlungsräume und Bad

Realisierung: 12 Wochen //

Maximilianstrasse 22, 80539 Munich

Shop size: 163 sqm

Work: Dry construction and tiling work, individual Ladenbau furniture, bathroom furnishing, door installation, facade external advertising, sanitary installation for kitchenette, two treatment rooms and bath

Execution: 12 weeks



EIN GIGANTISCHES FAHRRADERLEBNIS A GIANT CYCLING EXPERIENCE

Passt ein modernes Konzept in ein sehr altes Gebäude? Bei GIANT in Rudolstadt gehen beide eine perfekte Symbiose ein – für ein neues und gigantisches Fahrraderlebnis.

Für GIANT und Hoffmann Ladenbau war es eine besondere Herausforderung: Der neue GIANT-Store in Rudolstadt sollte in ein sehr altes Gebäude integriert werden – ohne harte Brüche. Nach Feedback des Betreibers vor Ort und GIANT Deutschland ist das Ergebnis äußerst harmonisch. Um die Laufwege besser zu gestalten, wurde zusätzlich ein Anbau für einen neuen Eingangsbereich errichtet. So hat auch dieser GIANT-Store, trotz des bundesweit einheitlichen Konzepts, seine eigene und sehr persönliche Note.

Can a modern concept work in a very old building? At GIANT in Rudolstadt, the two together create a perfect symbiosis – for a new, giant cycling experience.

This was a special challenge for GIANT and Hoffmann Ladenbau: The new GIANT store in Rudolstadt was going to be incorporated in a very old building – with no hard breaks. According to the on-site operator and GIANT Deutschland the result is very harmonious. An annexe was also built for a new entrance area to improve the routes even more. In spite of the nationally standardised concept, this GIANT store has its own individual and very personal touch.

IMPRESSUM | IMPRINT

Herausgeber | Editor
Hoffmann Ladenbau GmbH & Co. KG
Hoffmann Interior GmbH
Handwerkerstr. 27 | D-48720 Rosendahl-Holtwick
Phone +49(0)2566 9316 0 | Fax +49(0)2566 9316 55

Web
info@hoffmann-ladenbau.de
www.hoffmann-ladenbau.de
info@hoffmann-interior.com
www.hoffmann-interior.com

Redaktion | Editorial responsibility
Claudia Hoffmann
Layout | Layout
Team Meuter GmbH | www.meuter.de
Tungerloh-Pröbsting 20 | 48712 Gescher