

#6

Shops

GLAESER



Optik Trachsel, Nussbaumen

Eine Sehwelt für Persönlichkeiten

Geschäftsinhaber Martin Trachsel hat sich einen Wunsch erfüllt. Eine neue Sehwelt, welche die eigenen und die Bedürfnisse der Kundschaft auf schönste Weise repräsentiert, und klare Botschaften vermittelt: Differenzierung, Handwerk, Gestalten. Wer nach der zur Persönlichkeit und Gesichtsform passenden Brille sucht, will dies an einem ansprechenden Ort tun. Kundinnen und Kunden finden hier ein sorgfältig ausgewähltes Angebot zeitlos ästhetischer, moderner und qualitativ hochwertiger Brillen.

Mit Erfahrung und Kompetenz realisierte GLAESER die Shop-Vorstellungen des Auftraggebers. Mit dem Generalunternehmer-Mandat durch die Glaeser Projekt AG wussten alle Beteiligten den Umbau in guten Händen.



Bauherrschaft

Optik Trachsel GmbH

Laden-Innenausbau

Glaeser Wogg AG

Generalunternehmung

Glaeser Projekt AG

Vom Entstehen einer neuen Sehwelt

www.augenoptik-trachsel.ch

Martin Trachsel hat sich einen tollen Wunsch erfüllt. Räume, welche die eigenen und die Bedürfnisse der Kunden auf schönste Weise repräsentieren. Hier wurde eine Übereinstimmung inszeniert, welche einem Zentrum für gutes Sehen und Aussehen bestens entspricht. Die neuen Räume in Nussbaumen AG sprechen an mit ihrer bewusst gewählten Innenarchitektur. Kunden finden ein sorgfältig ausgewähltes Angebot zeitlos ästhetischer, moderner und qualitativ hochwertiger Brillen. Für GLAESER ging es darum, in adäquater Kompetenz, die Wünsche und Vorstellungen von Martin Trachsel zu realisieren. Dabei wurde auch das Generalunternehmer-Mandat durch die GLAESER PROJEKT AG konsequent wahrgenommen.



Herr Trachsel, was bewog Sie, Ihr Geschäft neu einzurichten?

Es gab verschiedene Triebfedern für die Erneuerung der Räume. Einerseits war das bestehende Geschäft dreizehn Jahre alt und wir wollten nicht einfach nur ausbessern und neu streichen. Andererseits verspürte ich einen grossen Wunsch, mit der Neugestaltung auch klare Botschaften zu vermitteln: Differenzierung, Handwerk, Gestalten. Die Präsentation der Brillenkollektionen wie auch die ganze Architektur sollen neu noch viel stärker einen Funktionalismus mit Raffinesse pflegen und sich so subtil und präzise dem allgegenwärtigen Franchise-styling der grossen Masse widersetzen.

Was sind die markantesten Akzente der neuen Inszenierung?

Die neue Architektur ist Ausdruck von Gestaltung, von bewusst gewählten Materialien, Formen und Farben. Der fugenlose Boden symbolisiert einen erdigen Grund, der den wellenförmigen, raumhaltigen Wänden eine Art Leichtigkeit und der Brillenpräsentation in den kubischen Nischen eine museale Atmosphäre verleiht. Die Räume sind geprägt von dieser musealen Grundhaltung. Diese nimmt den Räumen die Schwere. Diese Ästhetik erhebt die ausgestellten Produkte in den Rang eines bewundernswerten Kunstwerkes. Bewegt sich der Kunde in solchen Räumen, widmet er den ausgestellten Produkten, wie einem Kunstwerk gleich besondere Aufmerksamkeit und Wertschätzung und behandelt den erworbenen Gegenstand auch entsprechend. Im Unterschied zu den meisten Museen können die Produkte allerdings in dieser entspannten Atmosphäre berührt, ausprobiert und sinnlich erfahren werden. Dadurch wird auch der Kunde zu einem Bestandteil eines vielschichtigen Prozesses.



Was zeichnet Ihre Philosophie und Ihr Angebot aus?

Wir führen grundsätzlich nur Produkte, von denen wir die Anbieter und Produzenten kennen und dadurch auch den jeweiligen Entstehungsprozess. Dadurch haben wir Gewähr, dass die Produkte fair und ökologisch nach heutigen Grundsätzen gefertigt werden, aber auch einen hohen Anspruch an Gestaltung und Design aufweisen. Dabei entsteht auch eine für uns stimmige Wertschöpfungskette. Unsere eigene Brillenkollektion «Manos» ist dabei ein starker Botschafter dieser Werte. Im Zentrum steht natürlich vor allem aber auch unsere Beratungskompetenz. Die Suche der Kundinnen und Kunden nach dem Besonderen beginnt bereits vor dem Aufsetzen der Brille und dem Blick in den Spiegel. Wer nach der zu Persönlichkeit und Gesichtsform passenden Brille sucht, will dies auch an einem entsprechenden Ort tun. Dieses Einkaufserlebnis wird zum Versprechen für die Zeit danach, wenn mit der Brille gelebt wird. Die Funktion des Verkaufsraumes ist also nicht nur Display, sondern auch das Schaffen einer Atmosphäre, die ankündigt, dass hier – Gesicht wie Brille – nicht in Schemata gepresst werden. Kaufen soll bei uns zu einem bewussten Erlebnis, fernab von tristem Einerlei werden.

Was war die grösste Herausforderung während der Realisation?

Ich denke im Ladenbau/Umbau ist wohl oft der Faktor Zeit die grosse Herausforderung. Bei weitgehend laufendem Betrieb ein zweigeschossiges Geschäft innert rund sieben Wochen total zu erneuern, war sehr ambitioniert und erforderte präzise Planung, clevere Logistik und eine bedingungslose Umsetzung. Dabei in allen Phasen die Qualität nicht unter dem Zeitdruck zu opfern, würde ich als die grösste Herausforderung bezeichnen.

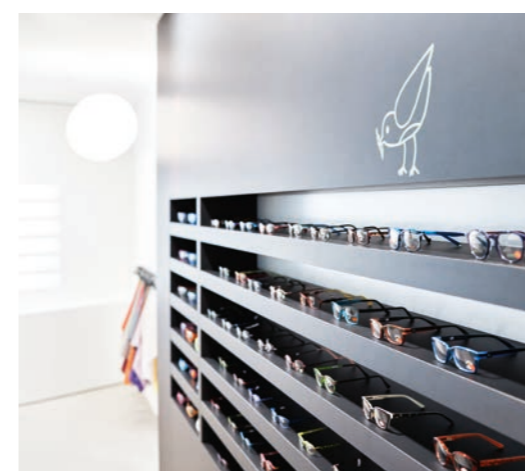
«Die gewählte Ästhetik erhebt die ausgestellten Produkte in den Rang eines bewundernswerten Kunstwerkes.»

Wie sind Sie auf GLAESER gekommen und wie erlebten Sie die Zusammenarbeit?

In unserer Firma leben wir in allen Teilen den Grundsatz «so professionell wie möglich», aber auch «so regional wie möglich». Insofern war eine Zusammenarbeit mit GLAESER naheliegend. In vielen Teilen haben wir, wenn auch in unterschiedlichen Branchen und Betriebsgrössen, eine ähnliche Grundhaltung: Handwerk, Fertigung vor Ort, kein Ausdruck von Masse oder einheitlicher Gleichmacherei. Aber auch die Leidenschaft für die Qualität und die Detailtreue sind verbindende Elemente. Die Zusammenarbeit war fruchtbar und vor allem im Bereiche der Gestaltung und Bemusterung iterativ, eine mir naheliegende Arbeitsweise.



Martin Trachsel
eidg. dipl. Augenoptiker SBAO
Geschäftsinhaber
Kontaktlinsenspezialist



GLAESER



Haben Sie noch Fragen?
Sie dürfen uns sehr gerne
kontaktieren:

T +41 56 483 36 00
info@glaeser.ch