

## Münchner Genuss am Marienplatz

### **Rischart entwickelt mit der Gruppe Nymphenburg Consult AG das neue Konzept für das Stammhaus am Marienplatz**

*München, 08. Juni 2018* – Rischart, der Münchner Traditionsbäcker seit 1883, hat zusammen mit der Gruppe Nymphenburg ein Zukunftskonzept für das Stammhaus am Marienplatz entwickelt. Das modernisierte Stammhaus eröffnet am 20. August. Bei der Rischart Filiale am Marienplatz handelt es sich um die meistfrequentierte Bäckereifiliale Deutschlands.

#### **Marken- und zielgruppengerechte Konzeptentwicklung**

Rischart hat die Gruppe Nymphenburg beauftragt, in gemeinsamer Zusammenarbeit das neue Konzept für das Stammhaus am Marienplatz zu entwickeln. In enger Zusammenarbeit mit der Traditionsbäckerei wurde die Positionierungsrouten von Rischart feinjustiert sowie konkrete Leitlinien für den neuen PoS Auftritt am Marienplatz entwickelt.

Zentraler Punkt bei der Erarbeitung des Store-Konzeptes durch die Gruppe Nymphenburg war eine punktgenaue Überführung der Rischart Unternehmenswerte sowie des Kundenversprechens auf die stationäre Fläche. Über die Anwendung des Limbic® Modells konnten hierbei wesentliche Insights über die Zielkunden und Motive generiert werden. Für eine ideale Erfüllung der Kundenbedürfnisse ist das Konzept an heutige Customer Journeys ausgerichtet. Weiterführend wurde eine ideale räumliche Nutzung der einzigartigen Gebäudekonstellation verfolgt und ein Durchblick vom Marienplatz zum Petersplatz geschaffen.

Für eine ideale Ansprache der Kundenbedürfnisse an dem Hochfrequenzstandort, wurde eine zielkunden- und Rischart-gerechte Zonierung für das Stammhaus entwickelt. Zukünftig wird Stammkunden und Touristen ein einzigartiges Genusserlebnis in der Filiale, dem zentralen Sitzbereich am Marienplatz, dem Aussichtscafé im ersten Obergeschoss sowie der ungezwungenen Tagesbar am Petersplatz geboten.

Der Look and Feel und das Layout mit allen relevanten Touchpoints entlang der Customer Journey wurden auf Basis des tiefgehenden Zielgruppenverständnisses der Gruppe Nymphenburg mittels Limbic® konzipiert und von der AHA GmbH, einem führenden Retail Designer für Bäckereien, Confisereien und Feinkostanbieter, in ein Retail Design überführt. Sowohl langjährige Rischart Kunden als auch neue Zielgruppen werden durch die unterschiedlichen Bereiche, das besondere Design und Story Telling begeistert. Hierbei vermitteln großflächige, zeitgeschichtliche Dokumentationen und Elemente die besondere Geschichte des Münchner Familienunternehmens.

Über die Integration eines Convenience Bereiches mit Self- Checkout wird Kunden ein moderner, schneller Versorgungsprozess ermöglicht. Gleichzeitig wird dem persönlichen Austausch mit den Mitarbeitern durch die großzügige Bedientheke und einen kleinen Servicedesk für Bestellungen auch zukünftig eine wesentliche Rolle in der Filiale eingeräumt. Die Tagesbar am Petersplatz bietet eine zentrale Rückzugsmöglichkeit direkt am hochfrequenten Marienplatz und entspannte Genussmomente zu jeder Tageszeit durch ein erweitertes Sortimentsangebot.

#### **Konzept-Realisierung durch Retail Designer AHA**

Das von Rischart und der Gruppe Nymphenburg erarbeitete Zielgruppenkonzept wurde von AHA in ein konkretes Retail Design überführt und realisiert. Die festgelegten Customer Touchpoints und zielgruppenspezifischen Leitlinien für Storebranding, Storedesign und -layout wurden von AHA umgesetzt und in einer emotionalisierten Shopperwelt mit spezifischem Rischart-Look and Feel in einer Einzigartigkeit aufgenommen.



Quelle: aha360.com

### Über Rischart:

Die Max Rischart's Backhaus KG ist ein führendes Bäckereiunternehmen in München. Mit insgesamt 15 Filialen, Cafés und Hochfrequenzstandorten nimmt Rischart eine wesentliche Versorgungsrolle im Alltag vieler Münchner ein. Jährlich kaufen ca. 8 Mio. Kunden bei Rischart ein. Zu den Rischart Filialen zählt auch die meistfrequentierte Bäckereifiliale Deutschlands am Marienplatz 18. Dort befindet sich

zugleich der Firmensitz. Das Unternehmen wird seit 2009 von Magnus Müller-Rischart in der fünften Generation geführt. Bereits 1883 eröffnete Max Rischart Senior eine Bäckerei in der Münchner Isarvorstadt. Seither haben sich fünf Generationen um das Wachsen und Gedeihen von Rischart's Backhaus gekümmert und allen lag der Grundsatz "nicht Expansion um jeden Preis, sondern Pflege einer hochwertigen Unternehmenskultur" am Herzen. Dabei hat das Münchner Traditionsunternehmen schon Kriege und Krisen, aber auch Aufschwünge und Erfolge erlebt. Fünf Generationen haben ihr Möglichstes geleistet, um Rischart immer wieder für die Gegebenheiten der jeweiligen Zeit aufzurüsten. Dabei blieb vor allem eines nie auf der Strecke, die Qualität. Die Verbindung von Tradition und Moderne ist heute eines der Markenzeichen von Rischart.

Weitere Informationen zum Familienunternehmen unter [www.rischart.de](http://www.rischart.de)

#### **AHA GmbH**

Die AHA GmbH mit Sitz in Gersthofen zählt zu den innovativsten Unternehmen in Sachen Retail Design, Raum- und Lichtarchitektur für Bäckereien, Confitereien und Feinkostanbieter, über Einkaufszentren bis hin zu Kinowelten. Im Jahr 1997 von Inhaber und Geschäftsführer Michael Mayer als Schreinerei mit sechs Angestellten gegründet, hat sich der Mittelständler zu einem kompetenten Partner in ganz Deutschland sowie dem angrenzenden Ausland entwickelt. Über 2.000 Projekte wurden von einem über 100 Mitarbeiter starken Team mittlerweile erfolgreich realisiert.

Die Kunden werden vom reinen Ladenbau, der weit über die Standards hinausgehen kann, bis hin zur Verwirklichung einzigartiger Freestander umfassend begleitet. In der hauseigenen, über 7.500 Quadratmeter großen Produktion werden unter anderem Mobiliar, Beleuchtungselemente, Präsentations- und Verkaufstheken gefertigt. Darüber hinaus zählt die AHA zu den innovativsten Unternehmen im Einsatz von Steuerungstechnologien – von Lichtstärken und -farben über Elektrotechnik bis zur Integration von Audiosystemen.

Weitere Informationen zur AHA GmbH unter [www.aha360.com](http://www.aha360.com)

#### **Gruppe Nymphenburg - Brand & Retail Experts**

Die Gruppe Nymphenburg ist langjähriger Partner internationaler Herstellermarken und Handelsunternehmen und begleitet diese unter anderem bei deren Marken-Positionierungen sowie der

Umsetzung am POS. Der Kundenkreis der Gruppe Nymphenburg erstreckt sich von Vertretern klassischer Handelsformate bis zu Online-Pure-Playern.

In gemeinsamer Projektarbeit mit den Kunden entwickelt die Gruppe Nymphenburg strategische Store-Konzepte bis hin zum Ladenbaubriefing. Basis ist immer das Motiv- und Entscheidungsmodell Limbic® in Kombination mit einem umfassenden Consumer und Shopper-Verständnis. Die Projektbegleitung geht dabei bis zum Store-Opening über Betriebsprozesse und darüber hinaus.

Weitere Informationen zur Gruppe Nymphenburg Consult AG unter [www.nymphenburg.de](http://www.nymphenburg.de)