



Fotos (3): Habitat

Neustart in Deutschland

City-Formate gehören bei Habitat immer schon zum Konzept. Die Designmöbel-Marke, um die es etwas ruhig geworden war, meldet sich zurück. Wichtiger Motor des Neustarts ist der Flagshipstore in einem früheren Auto-Showroom am Potsdamer Platz in Berlin.

von Kanny Scholz

Mercedes Benz war hier. Die bodentiefe Glasfront des früheren Auto-Showrooms kommt dem Storedesign des Inneneinrichters Habitat entgegen, der an dem Standort die Nachfolge angetreten hat. Die Erdgeschoss-Fläche des Stores ist zugleich das zentrale Atrium des kompletten Gebäudes. Dieser Innenhof lässt den Blick an einer innenliegenden Büro-Fassade in die Höhe klettern. Ganz oben in der achten Etage trifft das Auge auf ein Stück Glasdach, das Tageslicht hinunter auf die Verkaufsfläche schickt. Die luftige, „kathedrale“ Raumwirkung wird noch betont durch mächtige, in die Höhe strebende Rundpfeiler im Eingangsbereich.

Die historisch und kulturell bedeutsame Adresse Potsdamer Platz wurde von der Habitat-Unternehmensführung bewusst gewählt. „Der

Potsdamer Platz steht für die Neuentwicklung der Stadt. Wir erreichen hier Kulturinteressierte, Shopping-Fans, Touristen und die Angestellten der umliegenden Büros und Unternehmen“, meint Store-Manager Steve Brandt.

Der Umbau umfasste nicht nur die Umwidmung der Auto- zur Möbelfläche, zudem wurde das erste Geschoss des Gebäudes als Laden-

fläche erschlossen. Dafür musste die Büroetage geöffnet und die Innenfassade entfernt werden. Das so entstandene Store-Geschoss ist über eine neu eingebaute, freitragende Treppe mit dem Erdgeschoss verbunden.

Ungewöhnliche Architektur

So kam ein auf den ersten Blick ungenau anmutender Grundriss zweier in Flächenverteilung, Deckenhöhe und Raumwirkung völlig unterschiedlicher Ebenen zustande. Das EG erstreckt sich über vergleichsweise kompakte 600 qm. Die weitaus größere Fläche von 1.000 qm im Obergeschoss verteilt sich auf ein vollkommen asymmetrisches, in die Länge gezogenes Raum-Ensemble aus 3 aneinandergereihten, ungleichmäßigen Raumflächen mit

Habitat, Berlin

Adresse Potsdamer Platz 7, Berlin

Eröffnung 25. September 2015

Fläche 1.600 qm

Etagen 2

Sortiment Wohnungsdesign und Einrichtungsgegenstände für das ganze Haus, darunter viele Habitat-„Klassiker“



Bild linke Seite: Präsentation in Wohnwelten. An der Wand das Manifest des Firmengründers Terence Conran
Bild oben: Habitat vertritt einen eigenen, europäisch geprägten Stil
Bild rechts: Eine ehemalige Bürofläche wurde für die Verkaufsfläche im Obergeschoss aufgebrochen



vielen Ecken und Winkeln. Die Treppe stößt im mittleren Segment darauf, sodass der Besucher die Wahl hat, sich nach rechts oder nach links zu orientieren. Die Räumlichkeiten der oberen Etage grenzen an eine Art Galerie mit

Balustrade zum Atrium hin, die den Blick auf das EG freigibt und so die Etagen optisch zu einem Ganzen werden lässt.

Mit diesen aus dem üblichen Rahmen fallenden Räumlichkeiten fühlt sich Habitat per-

fekt repräsentiert. „Habitat steht nicht für die praktische, aber ‚gesichtslose‘ Hallen-Atmosphäre eines Möbelmarkts und auch nicht für klassische Wegeführung durch endlose Abteilungen“, sagt Steve Brandt. „Wir haben hier

Habitat

Wechselvolle Geschichte

Gegründet wurde Habitat 1964 in London von dem britischen Designer Terence Conran. „Erschwingliches Möbeldesign in Innenstadtlagen“, so lautete das damals innovative Konzept. Die europäische Expansion startete ab 1973 mit einem ersten Store in Paris und erst Mitte der 90er-Jahre mit einzelnen Filialen in Deutschland (Düsseldorf, Köln, Hamburg, Stuttgart).

Conran stieg 1990 aus. Nach wechselnden Eigentümerverhältnissen – darunter eine Zeit unter Ikea-Dach – wurden die britischen Filialen insolvent, die profitablen Filialen in Deutschland, Frankreich und Spanien gingen an Cafom, ein auf Wohnungseinrichtungen spezialisierter Großhandel mit Sitz in Paris. Nach einem Konsolidierungskurs strebt das Unternehmen seit seinem 50-jährigen Jubiläum im letzten Jahr wieder Wachstum an. Nach Neueröffnungen in China, den arabischen Ländern und Frankreich wurde die Hamburger Filiale erneuert und eine neue Filiale in Frankfurt in diesem Frühjahr eröffnet.

www.habitat.de

eine Raumsituation geschaffen, die der Aufteilung eines klassischen Wohnhauses sehr nahe kommt.“ Und so besteht die Erdgeschossfläche aus einer Art Foyer mit Empfangsbereich, „Swing Area“ für Events und Aktionen und die Kassen unterhalb der Treppe. Daran angegliedert sind Küche, Wohn- und Esszimmer und die Abteilung für Wohn-Dekoration – dem Erdgeschoss eines üblichen Einfamilienhauses nicht unähnlich. Zwi-

schenden Verkaufsfläche und den hohen Fensterfronten verläuft kein Trennelement, sodass der Tageslicht-Einfall voll zur Wirkung kommt und Kunden auch schon mal auf Sofas mit unverstelltem Blick auf die Straße Platz nehmen.

Im oberen Geschoss dann gelangt man in die „privateren“ Räume, also Kinder- und Schlafzimmermöbel, Badezimmer-Accessoires sowie die Büro- und Lampenabteilung.

Diese „intuitive“ Wegführung soll, so Steve Brandt, zum Bummeln einladen sowie dazu, auch in der Mittagspause in einer halben Stunde das aktuelle Produkt-Sortiment erkunden zu können. Insgesamt werden rd. 3.000 Produkte präsentiert, immer unter der Prämisse, Sofas und Tische nicht aneinanderzureihen, sondern die Kollektion weitgehend in Room-Sets zu zeigen, also in lebensnahen Raum- und Wohnsituationen inklusive der dazugehörigen Accessoires, um dem Kunden realistische Gesamtbilder zu vermitteln. Natürliche Materialien wie Echtholz- und Fliesenböden bestimmen die Ausstattung des Stores. Die Innenarchitektur wurde in der Pariser Zentrale des Unternehmens geplant und von ortsansässigen Berliner Firmen ausgeführt.

Im OG umrundet der Laufweg einen innenliegenden Gebäudetrakt, in dem der Aufzug, die Sozialräume sowie ein Lager für Kleinteile untergebracht sind. Innerhalb der Abteilungen ist der direkte Zugriff auf Lampen und Kleinteile durch integrierte Lagerfläche unterhalb der Präsentationsebenen in Regalen und Warentischen sichergestellt. Sofas, Tische und andere Großmöbel können im mit Pkw erreichbaren Lager in Wedding/Moabit abgeholt oder von dort geliefert werden.

redaktion@ehi.org

Interview

Britische DNA und französischer Einfluss

Daniel Lambert, Country Manager Habitat Deutschland GmbH, gibt Einblick in die Zukunftspläne der Marke.

50 Jahre Habitat: Wie viel Vergangenheit steckt im aktuellen Erscheinungsbild von Habitat heutzutage?

Glücklicherweise wieder sehr viel – ohne dabei die Gegenwart und die Zukunft zu missachten. In einer kurzen Phase – zwischen dem Verkauf durch Ikea und dem Kauf von Habitat durch Cafom – hatte Habitat seine „Designseele“ verloren und sich unter anderem mit billigsten Importen beschäftigt. Das hat der Marke nicht gut getan. Mit dem Designer Pierre Favresse ist die notwendige Kontinuität jedoch wiederhergestellt worden. Die Weiterentwicklung wird beim Storedesign deutlich. Schon der Hamburger Store, den wir im März dieses Jahres eröff-



Daniel Lambert
Country Manager
Habitat Deutschland GmbH

net haben, ist von der Architektur, den Materialien und der Farbauswahl nicht mehr mit den bestehenden Stores in Düsseldorf, Köln und Stuttgart vergleichbar. Dieser Wechsel wird hier in Berlin nun deutlich verstärkt.

Ursprünglich britisch – heute französisch: Wie viel ursprüngliche DNA steckt in Habitat Deutschland?

Es war immer eine Herausforderung für uns in Deutschland, das Beste der britischen DNA zu

importieren und diese Essenz mit den deutschen Gepflogenheiten zu vereinen. Das Gleiche gilt nun für den französischen Einfluss. Im Grunde genommen ist Habitat eine echte europäische Marke, die mit Leichtigkeit die nationalen Gepflogenheiten adaptiert.

Expansion in Deutschland: Was sind die nächsten Etappen?

Idealerweise finden wir demnächst einen geeigneten Standort in München. Wir sehen das Wachstum der Marke in jedem Land in einer Kombination aus eigenen Läden und Franchisenehmern. Unter der Marke Habitat werden weltweit zurzeit über 80 Geschäfte betrieben, nächstes Jahr wollen wir die 100er-Marke überschreiten.