

Den Geheimnissen spannender Storekonzepte auf der Spur!  
Nutzen Sie die Möglichkeit mit den Gründern und Entscheidern  
zu diskutieren und zu hinterfragen!

- Torquato
- Bethge
- LFDY
- LynkCo

# STORETOUR

Am 13. Januar 2023 Start 9.30 Uhr

Daniel Schnoedt TeamScio | TrendforumRetail

---

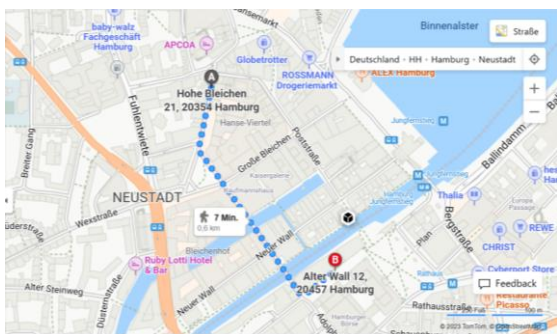
STORETOUR 2023

- 1. ALLGEMEINES ..... 1
- 2. STORETOUR 13. Januar 2024..... 2
  - 9:30 bis 10:20 Torquato & Bethge Hohe Bleichen 23 und 21 ..... 2
  - 10:30 bis 11:20 LFDY Hohe Hohe Bleichen 13 ..... 3
  - 11:30 bis 12:30 Lynk&Co Alter Wall 12 ..... 4

1. ALLGEMEINES

Hamburg verändert sich aktuell in einem rasanten Tempo. Mit der Hamburger Hafencity entsteht ein Quartier, das die Blaupause für die Innenstadt der Zukunft sein wird. 2024 soll das pulsierende Gesamtkunstwerk aus Shoppen, Arbeiten, Leben oder Kunst fertiggestellt sein. Diese Stadt in der Stadt soll somit eine natürliche Erweiterung von der Alster bis an die Elbe darstellen. Bevor das Projekt vollendet ist, besuchen Sie rund um die Binnenalster drei Handelsunternehmen, die in den vergangenen Jahren für Furore sorgten. Das Designerlabel LFDY sorgt mit seinen Neueröffnungen immer wieder für Furore. Nur ein knappes Gut ist ein gute Gut – unter diesem Motto entstehen lange Schlangen schon vor der eigentlichen Öffnungszeit. Direkt daneben befinden sich die beiden Häuser Torquato und Bethge – Töchter der Unternehmensgruppe Leuchtturm. Diese Auswahl werden wir mit dem Brandstore Lynk&Co abschließen, um einmal mehr die Relevanz von Kundenflächen und deren Nutzung zu verinnerlichen. Die drei Konzepte stehen auch für die Erfolgsgaranten im erweiterten Einzelhandel und geben Ihnen spannende Einblicke hinter den „Secrets behind Concepts“.

Bequemes Schuhwerk wird trotz der kurzen Streck empfohlen. Ausgehend von Torquato via Bethge, LFDY und dem Ziel am Alten Wall Lynk&Co müssen nur 600 Meter überbrückt werden. Ab 12:30 kann der individuelle Übergang zur Messe Nordstil erfolgen:



Mit herzlichen Grüßen  
**Daniel Schnödt**  
 Durchführung Storetour  
 Founder TeamScio | TrendforumRetail  
 Mobil erreichbar unter 0171 6314157  
[schnoedt@teamsccio.de](mailto:schnoedt@teamsccio.de)  
[www.teamsccio.de](http://www.teamsccio.de)  
[www.trendforum-retail.de](http://www.trendforum-retail.de)

## 2. STORETOUR 13. JANUAR 2024

9:30 BIS 10:20 TORQUATO &amp; BETHGE HOHE BLEICHEN 23 UND 21



**Torquato und Bethge sind Markentöchter der Leuchtturm-Gruppe mit Sitz in Geesthacht bei Hamburg. Torquato wurde bereits 2000 als Versandhaus für „Dinge mit Seele“ gegründet – das sind unter anderem Accessoires für Küche, Wohnen sowie Möbel, Geschenk- und Büroartikel ausgesuchter Marken im idealtypischen Lebensumfeld**

Torquato will Produkte in einer Umgebung präsentieren, in der sie „ihre Seele zeigen“ können – in Räumen, die ein Gefühl vermitteln. Jedes Produkt soll unweigerlich und unmittelbar zum „einzigen Adressaten des Auges“ werden, d. h. auf Anhieb gesehen werden, ohne auf besondere Weise inszeniert werden zu müssen. Daher verschmelzen in den Stores Wände, Decken und Mobiliar optisch miteinander – z. B. durch eine einheitliche Farbgebung.

Die Kuration der Waren bildet bei Torquato zugleich die Basis für das Storytelling, denn „Retail ohne Story ist wie Bellen ohne Beißen“, sagt der Head of Retail Georg Sostmann. Auf den Purpose – das Markenversprechen – kommt es dem Unternehmen an: Dinge mit Seele zu erschaffen bzw. zu tun. Vom Einkauf über den Vertrieb bis hin zum Kundenservice: Alles richtet sich bei Torquato nach diesem Ziel.

Wir treffen uns bei Torquato in der neuen Gastronomie „Tasso“ für den check-in unserer Storetour und trinken hier zur Begrüßung einen leckeren Kaffee. Im Fokus der heutigen Storetour steht aber vor allem das spannende Pendant Bethge direkt im Nebenhaus. Bethge ist einer der führenden Anbieter ausgesuchter Schreibkultur bis hin zu individualisierten Siebdruckerzeugnissen in einer gelungenen Mischung aus Online und Offlinehandel. Den Glücksgriff hatten die Gründer Waltraud Bethge und Peter Schmidt mit Jil Sander einer Liebhaberin ihrer Druckerzeugnisse. 2016 erwirbt die Leuchtturmgruppe die Marke Bethge, „der“ Institution für hochwertige Leder- und Papierwaren in edlem Design. Eine gelungene Symbiose zweier Unternehmen aus Hamburg deren Anspruch identisch ist.

#PodCast mit Georg Sostmann Torquato [Trendforum Retail \(trendforum-retail.de\)](https://www.trendforum-retail.de) Episode 95

10:30 BIS 11:20 LFDY HOHE HOHE BLEICHEN 13



**Das Streetwear Label Live Fast Die Young – kurz: LFDY – hat seinen ersten Store in Hamburg eröffnet. Am neuen Standort auf der Einkaufsstraße Hohe Bleichen trifft Premium-Lage auf ein innovatives Store-Konzept, ausgewählte Design-Möblierung und urbane Fotografie.**

Nach München, Berlin, Köln und Amsterdam ist die Young-Fashion-Marke Live Fast Die Young nun neben seinem Heimatstandort Düsseldorf auch in Hamburg vertreten. Der neue Store erstreckt sich über zwei Etagen und umfasst insgesamt 265 qm. Während im Erdgeschoss des modernen Gebäudes Verkaufsflächen, Showroom und ein Umkleidebereich liegen, erwartet die Kundschaft im Obergeschoss eine großzügige Lounge sowie ein offenes Lager. Die Etage kann auch als Private Shopping Area genutzt werden. „Wir haben es uns zum Ziel gemacht, internationaler zu werden. In der Hafenstadt Hamburg, dem ‚Tor zur Welt‘, ist Internationalität überall spürbar. Das macht sie zum perfekten Standort für unsere Brand“, so Karl Krumland CFO/COO bei LFDY.

Auch für den neuen Store arbeitete die Streetwear Brand mit den Architekten von Schwitzke & Partner zusammen, die das bestehende LFDY-Showroom-Konzept auf die Hamburger Fläche übertrugen und dabei individuellen Gegebenheiten des Standorts einfließen ließen. So führte das Düsseldorfer Architektenteam die ikonischen Elemente der modernen Außenfassade im Inneren weiter und griff Edelstahl, verzinkten Stahl und grünen Marmor bei der Gestaltung von Kasse und Kabinen auf. Designerstücke wie das modulare De Sede-Sofa von Ubald Klug dienen als Eyecatcher und schaffen edle Kontraste zum dunkel gebeizten Holz.

Eine weitere Besonderheit: Neben Laden- und Eventfläche bietet der LFDY-Store Raum für Kunst. Zu den Ausstellungsstücken zählen urbane Fotografien des Künstlers Paul Hutchinson und Spiegelkunst von Victor Bonato. Zu den Insides und die Vorteile einer SingleItem Präsentation können die Gastgeber vor Ort noch Hintergrundinformationen geben.

#PodCast mit den Planern Karl und Klaus Schwitzke [Trendforum Retail \(trendforum-retail.de\)](https://www.trendforum-retail.de)  
Epiisode 77



Wie Volvo gehört LYNK&CO zum chinesischen Geely-Konzern. Für 46.000 Euro kann man den SUV zwar auch kaufen. Angeboten wird der Lynk & Co 01, ein Plug-in-Hybrid, aber vor allem zur Miete über eine monatlich kündbare Club-Mitgliedschaft. Für einen monatlichen Mitgliedsbeitrag von aktuell 600 Euro gibt es das Fahrzeug selbst, dazu Versicherung, Wartung und Winterreifen. Tanken und Waschen gehen extra. Vier schicke Clubs mit Abholmöglichkeit gibt es in Berlin, Hamburg, München und Düsseldorf, sogenannte Meetingpoints zusätzlich in Frankfurt, Stuttgart und Köln. Für den Service sind 66 Werkstätten bundesweit zuständig, allesamt in lokalen Autohäusern.

***„Durch die Erweiterung unseres Mobilitätsangebotes für die Verbraucher:innen sind wir in der Lage, einen überzeugenden Mehrwert in Kombination mit Nachhaltigkeit zu bieten.“***

***Alain Visser, CEO LYNK&CO***

Ob Nio House oder Lynk&Co Club, die chinesischen Anbieter revolutionieren die bespielten Flächen. Die Kernkompetenz Auto steht dabei nicht im Vordergrund, sondern vielmehr die Community und ihre Bedürfnisse. So finden Sie CoWorking Spaces, Kunst, LifeStyle&Fashion oder den legendären Loungebereich in das Raumkonzept überdimensioniert eingebettet.