

RZ

TRENDS
INTERIOR
DESIGN

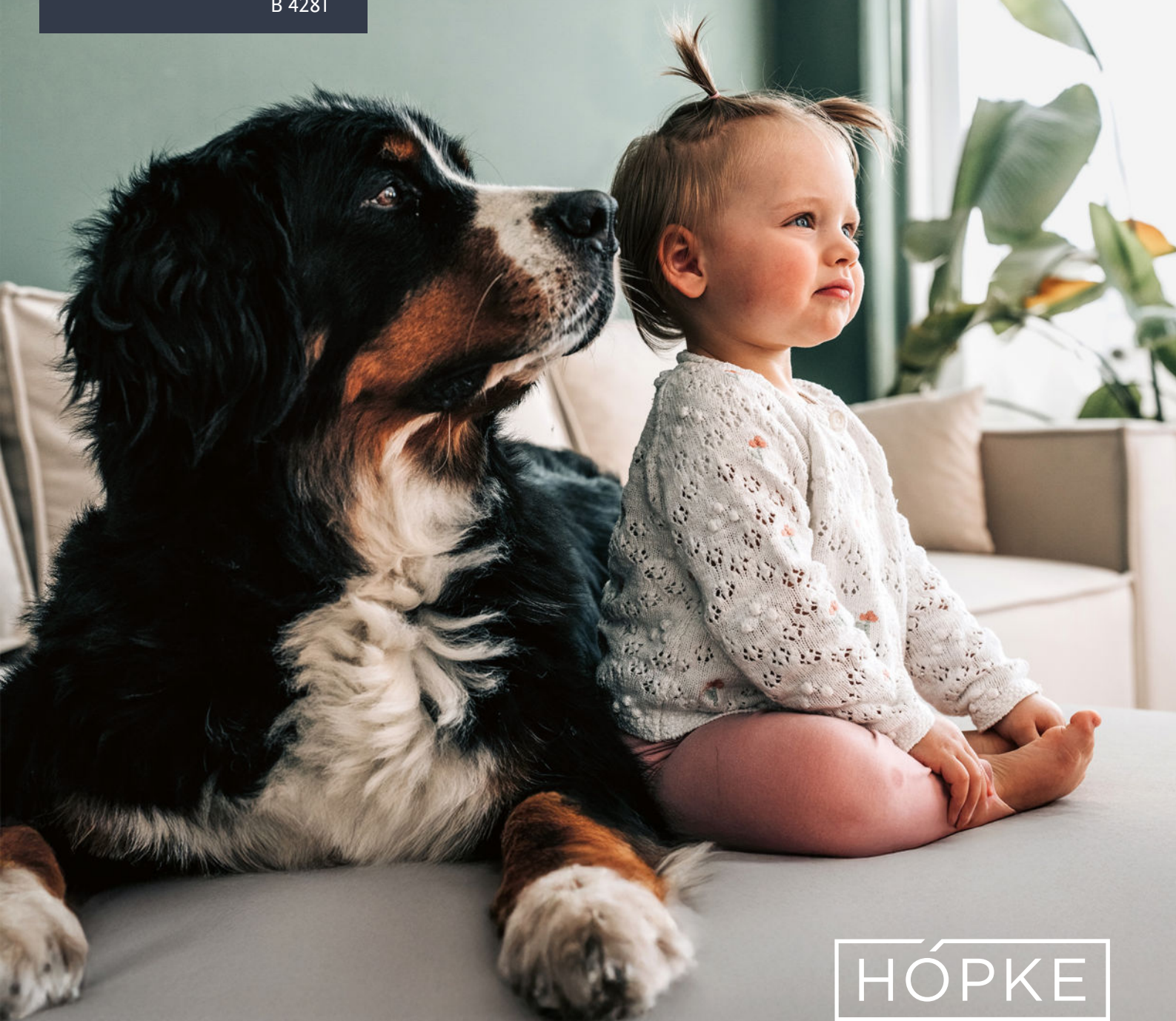
RAUM AUSSTATTER
ZEITSCHRIFT

2/2026
MÄRZ
APRIL

B 4281

COOLE INNENRÄUME
Sonnenschutz clever gedacht

FREILUFT-SAISON
Draußen wohnen und leben



HÓPKE

TEXTILES



Sophia Lauton (l.) und Sahar Hesselbarth (Mitte) führen gemeinsam mit Daniel Lauton (nicht im Bild) das Wohnwerk in der Natur. Dr. Maximilian Perez (r.) verantwortet bei der Günther Rid Stiftung die Innovationsförderung für den bayerischen Einzelhandel. Die Rid Stiftung präsentiert sich im Rahmen des Münchner Stoff Frühlings im Wohnwerk-Showroom.

WOHNWERK / RID STIFTUNG

INNOVATIVES KONZEPT

Interview: Karin Mauro, Fotos: Michael Tinnefeld (Porträt), Jan Schmiedel

Wohnwerk in der Natur hat eine Filiale mitten in München eröffnet. Die Rid Stiftung begleitet die kreative Präsentation im Rahmen ihres Förderprogramms „Future Retail Store“. Wir haben mit den Beteiligten gesprochen.

Frau Lauton, wir haben bereits über das Wohnwerk in der Natur in Markt Schwaben berichtet. Jetzt gibt es zusätzlich den Standort in München am Wiener Platz. Wie kam es zu dieser Entscheidung?

SOPHIA LAUTON: Das war tatsächlich eine Bauchentscheidung. Ausgelöst wurde sie durch einen Social Media-Post des Nachbargeschäfts Curtis & Curtis, die signalisiert hatten, dass sie diesen Standort gerne vermieten würden. Wir hatten ein gutes Gefühl – und das hat sich zu hundert Prozent bestätigt. So sind wir mit voller Überzeugung in die Stadt gegangen.

Sie kannten das Umfeld hier aber schon?

SOPHIA LAUTON: Ja, den Wiener Platz kenne ich seit meiner Kindheit. Haidhausen hat viel von seiner ursprünglichen Struktur bewahrt – kleine Läden, Nachbarschaft, fast ein bisschen dörflich. Das passt sehr gut zu uns und unterscheidet sich deutlich von klassischen Innenstadtlagen.

Fiel parallel dazu auch die Entscheidung für das Projekt mit der Rid Stiftung?

SOPHIA LAUTON: Das eine hatte mit dem anderen zunächst nichts zu tun. Wir arbeiten schon seit vielen Jahren mit der Rid Stiftung zusammen. Als dann das Förderformat „Future Retail Store“ aufkam, hat das perfekt gepasst. Die Frage war: Wie kann Einzelhandel heute und in Zukunft aussehen? Und wie können wir unseren Store auch als Experimentier- und Entwicklungsraum nutzen?

Herr Dr. Perez, bitte erklären Sie kurz, was hinter dem „Future Retail Store“ steckt.

MAXIMILIAN PEREZ: Der „Future Retail Store“ ist ein neues Förderformat der Rid Stiftung. Ziel ist es, mittelständischen Handel über klassische Weiterbildung hinaus zu unterstützen. Der Store ist ein Experimentierraum, in dem neue Handelskonzepte, Prozesse und Technologien risikominimiert erprobt werden können.



Materialmuster und Design werden auf kleinem Raum ansprechend präsentiert.



In einem ehemaligen Gutshof bei Markt Schwaben befindet sich der Hauptstandort von Wohnwerk in der Natur.



Im Rahmen des Formats „Future Retail Store“ dient der Münchner Showroom als Experimentierraum, in dem Handelskonzepte, Prozesse und Technologien erprobt werden – hier stehen nicht eine einzelne, sondern mehrere digitale Lösungen im Fokus.

Dazu gehören eine passende Ladenfläche, ein Budget für Technologie und Ladenbau sowie eine wissenschaftliche Begleitung.

Was heißt das konkret für dieses Projekt?

MAXIMILIAN PEREZ: Hier sind wir nicht von einer einzelnen Technologie ausgegangen, sondern vom konkreten Bedarf. Es ging um Fragen wie: Wie optimieren wir Prozesse digital? Wie gestalten wir Beratung? Wie führen wir Kundinnen und Kunden durch den Raum? Daraus ist ein ganzheitlicher Ansatz entstanden. Wichtig war auch, die Idee der „persönlichen Beratung im Wohnzimmer“ hierher zu übertragen.

SAHAR HESSELBARTH: Wir haben den Laden nach einem halben Jahr noch einmal grundlegend überarbeitet. Kundenführung, Aufmerksamkeitspunkte, Beratungszonen – alles wurde neu gedacht. Gleichzeitig haben wir unsere internen Prozesse hinterfragt und digital unterstützt, damit Beratung auch dann möglich ist, wenn Spezialisten nicht physisch vor Ort sind.

Das heißt, Beratung kann auch digital zugeschaltet werden?

SAHAR HESSELBARTH: Genau. Bei Bedarf kann jederzeit ein Spezialist digital dazugeschaltet werden.

So können wir trotz begrenzter Personalressourcen Expertise verfügbar machen und gleichzeitig flexibel bleiben.

Ist der Store immer besetzt?

SAHAR HESSELBARTH: Ja, während der Öffnungszeiten ist immer eine Person vor Ort. Wir arbeiten hybrid, unsere Mitarbeitenden können von verschiedenen Standorten aus arbeiten und auf alle Daten zugreifen. Die Präsentation ist bewusst kuratiert. Im Hintergrund haben wir ein sehr großes Material- und Lieferantenportfolio in Markt Schwaben. Entscheidend ist nicht die Menge, sondern die Qualität und die individuelle Beratung.

SOPHIA LAUTON: Wichtig war uns auch, klar zu zeigen, dass das Wohnwerk Projekt-geschäfte tätigt. Es geht um ganzheitliche Raumgestaltung, nicht um den Verkauf einzelner Produkte. Das wird hier im Store sehr anschaulich vermittelt.

Wie werden die Erkenntnisse aus dem Projekt vermittelt?

MAXIMILIAN PEREZ: Ein zentrales Ziel ist Wissensweitergabe. Die Ergebnisse werden in frei zugänglichen Booklets dokumentiert, in Vorträgen vorgestellt und in Weiterbildungen integriert. Dabei benennen wir auch klar, was funktioniert – und was nicht.

Unterscheidet sich die Zielgruppe in München von der in Markt Schwaben?

SOPHIA LAUTON: Nein, im Grunde nicht. Der Standort in München ist vor allem eine Erleichterung für Kunden – kürzere Wege, niedrigere Einstiegshürden.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit?

SAHAR HESSELBARTH: Nachhaltigkeit beginnt für uns beim Bestand. Bestehende Räume wertschätzen, weiterentwickeln, statt alles neu zu machen. Das ist ein zentraler Teil unserer Haltung – genauso wie Qualität und Langlebigkeit.

Was ist aus Ihrer Sicht die Zukunft des Handels?

MAXIMILIAN PEREZ: Die Zukunft liegt nicht in spektakulären Technologien, sondern in Service-Exzellenz, guter Beratung und Erlebnisqualität. Innovation soll Prozesse im Hintergrund vereinfachen, damit mehr Zeit für das bleibt, was Kundinnen und Kunden wirklich schätzen.

SOPHIA LAUTON: Und dafür braucht es Mut, Leidenschaft und Fachwissen. Wenn man das mitbringt, haben auch das Handwerk und der stationäre Handel eine sehr gute Zukunft.

Vielen Dank für das Gespräch.