



BRUNS, OLDENBURG

Eines der größten Menswear-Häuser Deutschlands hat sich einem umfassenden Facelift unterzogen. Bruns in Oldenburg präsentiert sich mit neuem Store Design. Das Konzept: Ein Spiel mit Kontrasten.

SPIEL MIT KONTRASTEN

»Aus Bruns Männermode wird ab sofort selbstbewusst Bruns – ein Haus, das den Aufbruch in eine neue Ära der Männermode markiert«, heißt es aus Oldenburg zum Re-Design des 4000 m² großen Hauses. Es sei ein einzigartiges Retail-Erlebnis geschaffen worden, das Modernität, Stil und Markenidentität eindrucksvoll vereine.

Verantwortlich für die Neugestaltung ist das auf Retaildesign spezialisierte Hamburger Büro Breilplus unter der Leitung von Innenarchitektin Claudia Breil. In Abstimmung mit dem Bruns-Team sei ein zukunftsweisendes Konzept entstanden. Architektur, Markeninszenierung und Kundenerlebnis seien dabei die wesentlichen Faktoren, die miteinander verschmelzen sollen. In Zusammenarbeit mit dem Berliner Art Director Wolodja Salzmann wurde im Zuge der Umgestaltung auch ein neues Corporate Design entwickelt, das die strategische Neuausrichtung visuell unterstützt.

Bruns spielt bei dem neuen Design ganz bewusst mit Kontrasten. Thematisch inszenierte Schaufenster nehmen Bezug zu den visuellen Inhalten einer acht Meter hohen LED-Installation im Treppenhaus. Diese zeigt saisonale Filme, darunter Markenbotschaften sowie artifizielle Clips.

Der Antritt zum Trend-Bereich im Erdgeschoss wurde vollständig entkernt und im industriellen Look mit offenem Deckensystem neu interpretiert. Hier präsentieren sich Marken wie Selected Homme, No Excess oder Colours & Sons. Auch das gesamte 1. Obergeschoss mit den Abteilungen für Sportswear, Hosen und Sakkos wurde neu gedacht. Hier präsentieren sich Marken wie Brax, Alberto, Mac, Boss, Barbour oder Joop!.

Das Farb- und Materialkonzept mit Schwarzmetall sowie Blau-Grün-Nuancen schafft den Rahmen für die Ware. Die modularen Wandsysteme und flexibel einsetzbaren Mittelraummöbel sind so platziert, dass sie Raum für Veränderung lassen. Im Fokus soll stets das Produkt stehen. Visuelle Akzente und markenaffine Inhalte werden auf LED-Screens inszeniert. Touchpoints innerhalb der Fläche brechen die minimalistische Gestaltung auf und setzen emotionale Blickpunkte.

Immer wiederkehrende, ikonische Details ziehen sich wie ein roter Faden durch das Store-Konzept – insbesondere im Young Fashion Bereich und in der Menswear-Abteilung im 1. Obergeschoss. Diese Design-Statements sollen den Charakter des Hauses jederzeit widerspiegeln. Bruns bietet zudem großzügige Loungebereiche mit organischer Formsprache – ein bewusst gesetzter Kontrast zur klaren Linienführung des Interiors.

Neben der gestalterischen Transformation will das Männermode-Haus im Zuge der Neugestaltung auch verstärkt auf digitale Sichtbarkeit durch Social Media und digitale Kommunikationsstrategien setzen. »Ein Haus für alle Facetten des Mannes – erwachsen, modisch, zeitgemäß«, so der Claim des neuen Bruns.



Haarenstraße 5–7, 26122 Oldenburg | ERÖFFNUNG April 2025 | GRÖSSE 200 m² im EG, 940 m² im 1. OG | STORE-DESIGN Breilplus Interior Design | LADENBAU Hoffmann Interior | LICHT D&L | Design und Licht | FOTOS Joachim Grothus