

DEUTSCHLAND

Wiedereröffnung im neuen Look

Aufgeräumter, mehr Laufmeter und einen stärkeren Bezug zur Region: Die zu Sport 2000 gehörende Sportsworld Lingen hat vor kurzem nach einem Umbau ihre Pforten neu geöffnet und präsentiert sich in neuer Optik.

Ziel des Umbaus war es, das Haupthaus mit 1.250 qm auf drei Etagen emotionaler zu inszenieren, die Flächennutzung zu optimieren und das Sortiment klarer zu strukturieren. Die Kasse wurde ins Zentrum der Fläche positioniert – so entstand mehr Rückwandfläche. Imagebilder und Motive aus der Region spiegeln Orte wider, die die Kunden selbst für sportliche Aktivitäten nutzen können. Dies soll den lokalen Bezug stärken.

Das Sortiment reicht von Fußball, Tennis und Hallensportarten über Running, Fitness und Schwimmen bis zur großen Outdoor-Abteilung. Es stehen jetzt mehr Laufmeter für die Kunden zur Verfügung, durch klare Erkennbarkeit der Bereiche wird Orientierung geschaffen. Die beliebtesten Abteilungen des Stores, Outdoor und Running, rücken mit der Neugestaltung noch stärker in den Mittelpunkt des Ladengeschäfts. Die Brüder Dirk und Reenz Iserlohe haben einen sechsstelligen Betrag in den Umbau investiert, um den Ansprüchen der Kunden weiterhin gerecht zu werden.



Schöner, moderner, größer: die neue Sportsworld Lingen

Foto: Sport 2000

SCHWEIZ

Storytelling für Kinder und Erwachsene

Das Schweizer Schuhhaus Walder betreibt nicht nur rd. 40 eigene Filialen, sondern auch einen Shop in der Schuh-Welt des Kaufhauses Jelmoli in Zürich. Dieser bekam nun ein neues Design vom Logo bis zur Raumausstattung.

Die rd. 60 qm große Fläche zeigt verschiedene Marken in einem edlen und emotionalen Shop-in-Shop im ersten OG des Kaufhauses und ist in die Bereiche Fashion, Sport und Funktion unterteilt. Einige Marken werden speziell für Jelmoli angeboten. Die Fläche wurde neu strukturiert, sodass sie dem Visual Merchandising mehr Flexibili-

tät und den Kunden zum Beispiel mit Kinderwagen mehr Bewegungsfreiheit ermöglicht.

Konzipiert und umgesetzt wurde das neue Storedesign in Partnerschaft mit der Züricher Agentur Augenblick im Sinne eines „zweigleisigen Storytelling“. Das neue Design weist einerseits verspielte, von „Alice im Wunderland“ inspirierte Details auf wie zum Beispiel Wandlampen in Krönchen-Form, die die Kinder ansprechen sollen. Der Vintage-Look des übrigen Raumkonzepts ist eher auf die erwachsenen Begleiter zugeschnitten. Die Wände sind mit dekorativen Gips-Paneelen verkleidet, teilweise in historisierender „Chesterfield-Steppung“.

Soll Kinder und Erwachsene gleichermaßen ansprechen: die neue Walder-Fläche bei Jelmoli



ÖSTERREICH

Das Produkt ist der Star

Die aus Italien stammende und global bis Shanghai vertretene Fashion-Marke Liu Jo setzt ihre internationale Expansion mit dem Markteintritt in Österreich fort. Der neue Corner-Store in Wiens 1. Bezirk verfügt über eine ebenerdige Fläche von 186 qm und 8 Schaufenster.

Hier wurde das neue Storekonzept erstmals umgesetzt, das darauf ausgelegt ist, die Produkte in den Vordergrund der Wahrnehmung zu rücken. Den Raum beherrscht eine helle, „weiche“ Farbigkeit, die bei aller Geradlinigkeit des Interior-Designs eine warme Stimmung ausstrahlen soll. Die Designelemente nehmen sich zurück und setzen auf filigrane, klare Linienführung.

Bei Regalen und Vorlagetischen wurde viel Glas und Hochglanz verwendet. Feine goldene Akzente ordnen sich in das zurückhaltende Ambiente ein, das von der Idee eines typischen italienischen Wohnzimmers aus dem frühen 20. Jahrhundert, dem Salotto, inspiriert wurde. Der Mehrmarkenstrategie des Labels wurde im Store durch eine Zweiteilung der Verkaufsfläche Rechnung getragen: Die eine Seite zeigt die Premium-Welt des Labels, während die gegenüberliegende Seite die Linien von Denim, Knitwear und Sport präsentiert.

Das Produkt ist der Star: Neutrale weiße Umgebung, die die Farben der Produkte wirken lässt



Foto: Oskar Schmidt



Sie setzen auf Corporate **Design** und uneingeschränkte **Funktion** an Ihren Point-of-Sale-Standorten?

Mit unserer breiten **Produktvielfalt** erarbeiten wir dynamische Lösungen, die überzeugen.

Gerne auch individuell auf Sie zugeschnitten und immer etwas ganz Besonderes.

WUSSTEN SIE SCHON,

... dass unsere Böden Ihr Laden- und Markenkonzept unterstützen können?

 **Tarkett**

Besuchen Sie uns unter www.tarkett.de