

Nr. 41/42 18. November 2016

Fr. 8.50

TEXTIL-REVUE

Blickfang & Studio Besau-Marguerre



20 Jahre Blickfang
in Zürich

Retail One AG heisst
neu Modeum AG

Store-Sharing heisst
der neue Trend

business



Zweite Pilot-Filiale im neuen Manor-Konzept eröffnet

Rund 8,7 Millionen Franken wurde in die Neugestaltung der Manor-Filiale in Hinwil investiert – für Manor ist diese Investitionssumme auch ein starkes Bekenntnis zur Region Zürcher Oberland. Dieses Warenhaus ist auch die zweite Pilot-Filiale, die im neuartigen Konzept eingerichtet wurde. Auf zwei Etagen wird ein umfassendes Sortiment mit über 20 neuen Marken präsentiert. Während mehr als einem Jahr wurde das seit 1986 bestehende Manor-Warenhaus umgebaut. Die rund 4400 Quadratmeter Verkaufsfläche sind nun laut des Unternehmens «so schön wie nie». «Mit diesem neuen Auftritt bietet Manor Hinwil den Kundinnen und Kunden der Region ein Shopping-Erlebnis erster Klasse und kann sich somit auch in Zukunft als attraktiver Einkaufsstandort positionieren», so Hausdirektor Benjamin Flückiger. Das neue Interior Design wurde, analog der ersten Pilot-Filiale in Bachenbülach, in Zusammenarbeit mit der Pariser Konzeptagentur Malherbe Design entwickelt und fokussiert auf ein neues Kundenerlebnis, Leichtigkeit und eine neue, gut wiedererkennbare visuelle Identität. Das neue Manora Café im Erdgeschoss ergänzt mit Kaffeespezialitäten das Einkaufserlebnis. Zudem wurden zahlreiche neue Labels, wie Hugo Boss, Michael Kors und Henry London, ins Sortiment aufgenommen.

Renovierte Pfister-Filiale stärkt Tessin

Rund einhalb Jahre lang wurde die Pfister-Filiale «Mobili Pfister» in Contone einer kompletten Renovation unterzogen. Im Vordergrund des Umbaus standen die Sanierung des Verkaufsbereichs aus den Jahren 1967 und 1988 und der Anbau eines Gebäudes mit Logistik- und Administrationsbereich. Zudem wurden diverse Anlagen und die Fassade komplett erneuert. Neu ist das gesamte Gebäude Minergie-zertifiziert. Die rund 7500 Quadratmeter

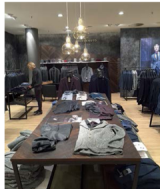
Verkaufsfläche wurden ebenfalls komplett umgestaltet. Die Renovation hat rund 20 Millionen Franken gekostet.

Dritte eigene Floris-van-Bommel-Filiale

Seit Mitte Oktober findet sich am Neuen Wall 17 in Hamburg der dritte Laden, den die niederländische Schuhmanufaktur Floris van Bommel in Deutschland führt. Auf 70 Quadratmetern Verkaufsfläche wurde ein moderner Laden mit viel Charakter und Charme realisiert.

Benvenuto zeigt Luxusladenbaukonzept

Die 80 Quadratmeter grosse Benvenuto-Filiale beim Modehaus Hagemeyer in Minden wird erstmals im neuen Luxusladenbaukonzept «Selezione» präsentiert. Die für die Linie Black reservierte Fläche bei Hagemeyer glänzt in einer Mischung aus italienischer Architektur und edlen Materialien, dem Leitmotiv des neuen Ladenbau-Designs von Benvenuto. Dunkles Holz, schwarzer Stahl, Kupfer und Marmor sorgen für ein luxuriöses Ambiente. Die neue, besonders hochwertige Flächeninszenierung soll die Markenbegehrlichkeit massgeblich steigern und den Kunden zum Verweilen einladen.



Zweite Alpha-Tauri-Fläche in Graz realisiert

Mit Alpha Tauri hat der Konzern Red Bull eine Ready-to-Wear-Kollektion realisiert, in der Funktionsstoffe und textile Innovationen mit natürlichen, hochwertigen Materialien kombiniert werden. Ein Grossteil der eingesetzten Stoffe und Technologien stammen vom Schweizer Hersteller Schoeller Textil AG. Ebenso innovativ wie die Bekleidung für Damen und Herren ist auch das Store-Design für die eigenen Alpha-Tauri-Läden. Im Herzen von Graz wurde nun über die 100-prozentige Tochter Salzburg Sport GmbH der zweite Laden der Linie realisiert. In der Herrengasse 2/Ecke Hauptplatz in Graz wurde eine Ladenwelt kreiert, die mit hochwertigen Naturmaterialien wie Zwetschgenholz und Kork, in Kontrast zu Metalloberflächen und schwarz glänzendem Klavierlack spielt. Ein innovatives Lichtkonzept und fünf Meter hohe Decken sorgen für Leichtigkeit. Nach dem Flaggschiff in Salzburg ist das die zweite Alpha-Tauri-Verkaufsfläche.

Tanja Klein präsentiert ihr Kleinbasel-Flaggschiff im neuen Kleid

2009 wurde der Kleinbasel-Flagship-Store an der Schmiedergasse in Basel eröffnet. Die Innenausstattung ihres Ladens hat Designerin Tanja Klein nun komplett erneuert und dem Store im Basler Altstadtquartier einen frischen Anstrich verpasst. Klar und reduziert lässt das neue Interior-Design der Kollektion Raum und stellt sie in den Mittelpunkt. Einfachheit war das grosse Thema beim Re-Design der Fläche. Holz, weisse Farbe, Rohstahl, schwarze Zwiirbelkabel und nackte Glühbirnen sorgen für ein Industrie-Flair. Im hinteren Teil des Ladenlokals wurde ein Zuschnitt- und Arbeitstisch integriert – so erhält die Kundschaft einen Einblick in die Entstehung der Kollektion und in die Atelierarbeiten.



BrankoB: Neuer Herrenmode-Store in den Zürcher Viaduktbögen

Branko B. Gabriel, Stylist und PR-Profi, hat an der Viaduktstrasse 41 in Zürich eine neue Shopping-Adresse für Männer realisiert. In der Boutique BrankoB werden internationale Brands – «vielleicht exklusiv in der Schweiz», betont der Ladeninhaber – sowie Schweizer Designerlabels wie Julian Zigerli, Marc Stone, Upperclass oder Rubrosa angeboten. Das Zielpublikum des neuen Stores im Viaduktbogen 23 sei individuell, urban und lege Wert auf «hochstehende Mode und persönliche Beratung». Neben hochwertiger Herrenmode findet Mann bei BrankoB auch Accessoires, wie ausgedehnten Schmuck des Zürcher Labels Lesunia. Highlight ist zudem das grosse Sortiment an Schuhen und Taschen. Diverse Serviceangebote, wie ein Delivery Service und Personal Shopping, ergänzen das Angebot von BrankoB. Jeweils am Samstag gibt es im Geschäft neue Musik aus der Schweizer DJ-Szene zu hören, und Store-Partner Peroni Bier sorgt für ein kaltes Bier. Zudem veranstaltet der Ladenbesitzer monatlich einen Modepéro, gibt Tipps rund um typgerechtes Styling, Neuheiten und Fashion-Knigge.



Kreatives «Labor» für neue Ideen

Mit dem Shoplab ist am Umdasch-Standort in Oberentfelden ein neues Format realisiert worden, das sich um die Gestaltung innovativer Läden dreht. Auf einer 1000 Quadratmeter grossen «Spielwiese» präsentieren sich Aussteller aus unterschiedlichsten Bereichen. Ziel ist eine kreative Arbeitsplattform. «Ein Konzept, bei der die ganze Wertschöpfungskette eines Retail-Konzepts abgebildet ist, gibt es bis dato nicht», so Andreas Küssner, General Manager Umdasch Schweiz.