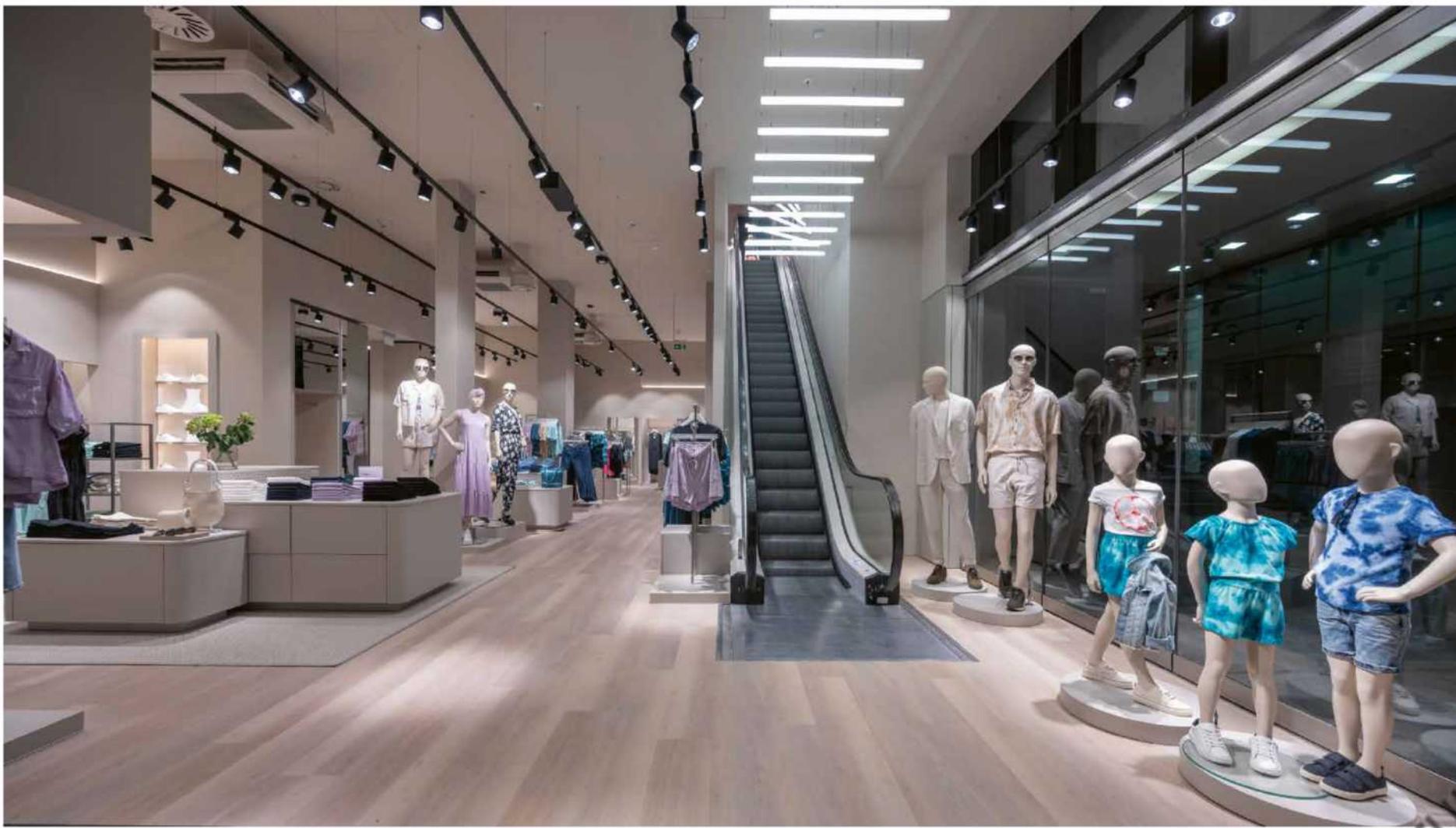


L'ADEN²²₂₃





Mit diversen Neueröffnungen stärkt S.Oliver seine Präsenz in Innenstadtlagen. Dafür hat der Modefilialist aus Rottendorf bei Würzburg eigens ein neues Storekonzept entwickelt, das Inspiration und Digitalisierung vereinigen und den Produkten eine Bühne bieten soll.

ERLEBNIS AN DER HIGHSTREET

Bei einer Neuentwicklung hilft eines eigentlich immer: Ein Perspektivwechsel. Um einen neuen Blick auf Altbekanntes zu bekommen und so neue Ideen zu generieren. Ein Weg, den auch S.Oliver bei der Entwicklung des Gestaltungskonzepts für die neue Generation seiner Flagship-Stores

eingeschlagen hat. Denn nach mehrjähriger Abwesenheit ist der Rottendorfer Modefilialist im Sommer 2022 auf viele Highstreets zurückgekehrt und eröffnete unter anderem auf der Frankfurter Zeil neu. Mit knapp 700 m² Verkaufsfläche ist der im Juni 2022 eröffnete Laden an der Hamburger Mönckebergstraße einer der größten der neuen Store-Generation. Über zwei Stockwerke gehend, bietet er genügend Platz für eine umfangreiche Präsentation der DOB- und HAKA-Kollektionen. Präsentiert wurde das neue Store-Design erstmals in München.

Bei der Entwicklung arbeitete das unternehmenseigene Store-Design-Team mit Kitzig Interior Design zusammen. Und vollzog damit den eingangs erwähnten Perspektivwechsel. Denn das Lippstädter Unternehmen hat bisher vor allem Hotels, Restaurants oder auch Spas geplant und umgesetzt. Und so finden sich in den neu gestalteten Stores etwa indirekt beleuchtete Regalnischen, in denen man sich auch gut Parfümflakons oder üppig dekorierte Blumenbouquets vorstellen könnte. Sie verdeutlichen den Kern des Designs: eine Bühne für den großen Auftritt der Produkte zu schaffen.

Dafür setzt S.Oliver bei der Gestaltung der Flächen auf neutrale Farben. Hellgrau-, Taupe- und Cremetöne in Kombination mit dunkleren Nuancen an der Decke schaffen einen monochromen und cleanen, aber nicht kühlen Look. Für Wohlfühlatmosphäre und haptische Reize sorgen zudem aufgeraute Wände, Teppiche und Holzelemente. Für eine luftigere Warenpräsentation wird mit weniger Ware auf der Fläche gearbeitet. Mit der Wand abschließende Einbauschränke sowie farblich abgestimmte modulare Schränke bieten dabei Stauraum auf der Fläche und ermöglichen eine nahtlose Nachbestückung, ohne die Fläche zu überladen. Der Aufenthalt im Store soll für die Besucherinnen und Besucher ein besonderes Shopperlebnis sein, das über den stationären Laden hinausgeht. Am sogenannten »Communication Table« können sie an in den Tisch eingelassenen Bildschirmen die verschiedenen S.Oliver-Kollektionen entdecken und sich die Produkte nach Hause oder in den Store bestellen. Darüber hinaus ist in den Stores der Self-Check am iPad möglich. Zur richtigen Shoppingstimmung trägt außerdem der eigens für die S.Oliver-Stores kreierte Duft bei, der im Laden versprüht wird.



Mönckebergstraße 13, 20095 Hamburg | ERÖFFNUNG Juni 2022 | GRÖSSE 670 m², EG und 1.OG | ARCHITEKTUR S.Oliver Store Design Team zusammen mit Kitzig Interior Design | LADENBAU LES International Egin & Schmidt | LICHT ITAB Lighting Germany | FOTOS Huy Nguyen