

Urlaubs- und Einkaufsparadies



Als Retailpartner des Nobelhotels ist die Swatchgroup mit eigenen Markenstores vertreten.

Das Bürgerstock Resort in Luzern bringt Hotel-Shops auf ein neues Niveau.

BRITTA BIRON

Luzern. Seit September vorigen Jahres verfügt Luzern mit dem Bürgerstock über ein neues, imposantes Luxus-Resort. Die weitläufige Anlage auf einem Berghang hoch über dem Vierwaldstättersee besteht aus vier Hotels mit insgesamt 383 Zimmern und Suiten, einem Health & Medical Center, zwölf Restaurants und Bars, 67 luxuriösen Ferienwohnungen, einem 10.000 m² großen Alpine Spa, einem 9-Loch-Golfplatz, einem Ballsaal und einem Konferenzzentrum.

Insgesamt neun Jahre haben Planung und Bau gedauert, denn nicht nur die besondere Topografie des

Geländes war eine große Herausforderung. Schließlich galt es auch, historisch wertvolle Gebäude des alten Bürgenstock-Resorts zu erhalten und in den neuen Komplex zu integrieren. Zudem wurde auch großflächig aufgeforstet und nach dem Vorbild der alten Bürgerstock-Bahn eine neue Zahnradbahn errichtet.

Von Schokolade ...

Zum Highend-Service, der den Gästen geboten wird, gehört aber nicht nur Komfort, Wellness und Kulinarik. Zwar sind Luzerns chice Boutiquen rasch zu erreichen, doch nach dem Motto „Warum in

die Ferne schweifen...“ hat man direkt im Resort ein hochkarätiges Retail-Angebot eingerichtet. Dieses besteht aus der Sky-Boutique, einem im Obergeschoss gelegenen Multibrand-Store, dessen Sortiment ausschließlich aus Nobelprodukten *eidgenössischer* Provenienz besteht – vom Abendkleid über Sportbekleidung bis zum Schweizer Messer.

Als kostenloses Extra wird durch die großen Fenster und von der Terrasse ein imposanter Blick über die Umgebung geboten.

... bis Nobeluhren

Höchste Gaumenfreuden versprechen die feinen Kalorienbomben, die im Swiss Chocolate Chalet zu haben sind, und selbstverständlich fehlen auch Schweizer Uhren nicht.

Neben der Sky-Boutique liegt der Store von Omega, und in der Lobby hat kürzlich Longines ein Geschäft eröffnet. Das bietet in einem modernen und geschmackvollen Ambiente eine umfangreiche Auswahl aus den aktuellen Kollektionen und darüber hinaus interessante Einblicke in die mehr als 185jährige Geschichte der Marke. Denn integriert in den Verkaufsraum ist – als kleine Außenstelle des Longines Museums in St. Imier – eine eigene Abteilung, in der verschiedene historische Zeitmesser, Navigationsinstrumente, Fotografien und Dokumente gezeigt werden.

Und wer es bei Uhren lieber günstig und bunt hat, wird im Swatch Pavillon fündig.

SHORT

P&C bietet neue Eindrücke



Pop Impressions zeigen themenspezifische Fashion- und Lifestyle Trends.

Wien. In sechs seiner Weltstadthäuser – darunter auch den beiden in Wien – hat Peek & Cloppenburg vor Kurzem ein neues Pop-up-Konzept gestartet. Dabei werden jeweils zu einem bestimmten Thema auffällige Verkaufsflächen, sog. Pop-Impressions, und Schaufenster gestaltet, wobei der Schwerpunkt bei besonderen Kollektions-Highlights sowie neuen Marken liegt.

Bis zum 15. April zeigen die Sonderflächen eine Hommage an das junge urbane Leben, unter anderem mit Wäsche und Loungewear von eberjey, dem Air Max-Jubiläumsmodell von Nike, Pflege- und Home-Produkte des Amsterdamer Labels Marie-Stella-Maris, Kameras von Polaroid und Coffee Table Books vom Taschen Verlag. Ab dem 18. April geht es dann um Athleisure für Damen, und im Juni folgt Festival-Mode. (red)

