

# Zeitgemäßer *Shopping*-Tempel

TAG Heuers neue Boutique in Tokio vernetzt reale und digitale Welt.

**BRITTA BIRON**

**Tokio.** Ginza wird völlig zu Recht als die Champs-Élysées der japanischen Hauptstadt bezeichnet und ist seit Kurzem um ein Highlight für Luxusshopper reicher. Mitte April hat TAG Heuer hier seine neue Boutique eröffnet. Und nachdem die Marke ihrer Zeit im-

„Das Store-Konzept entspricht unserem avantgardistischen Geist.“

**JEAN-CLAUDE BIVER  
CEO TAG HEUER**

mer wieder voraus und den Möglichkeiten neuer Technologien sehr zugewandt ist, wundert es auch nicht, dass der neue Store nicht nur durch chices und luxuriöses Ambiente (ohne ein Muss in der Oberliga) punktet, sondern auch die weltweit erste Uhrenboutique ist, die reale und digitale Welt miteinander vernetzt und damit völlig neue Einkaufserlebnisse bietet.

Digitale Features

Das beginnt schon in den Schaufenstern, in die iPads integriert sind. Über diese und das iTAG-System kann man mit wenigen Klicks das gewünschte Modell wählen,

SHORT

Chicer Relaunch von Golfino.com



Auf golfino.com finden Golfer eine Fülle hochwertiger Mode und Accessoires.

**Glinde.** Golfino, nach eigenen Angaben europäischer Marktführer für Golfmode, präsentiert sich seit Kurzem mit einem neu gestalteten Internetauftritt und einem neuem Online-Store.

Mit intuitiver Bedienung, optimierten Suchfunktionen, neuen Filteroptionen mit Mehrfachauswahl, einer hochwertigen Darstellung der Produkte, einer vereinfachten Zusammenstellung von kompletten Outfits, schnellen Ladezeiten und einer an die verschiedenen stationären und mobilen Endgeräte optimal angepassten Bildschirm-darstellung bietet der digitale Goldmode-Store jetzt ein noch komfortableres Einkaufserlebnis.

Geplant ist außerdem auch ein Onlinemagazin mit einer Mischung aus Infos zu den aktuellen Golfino-Kollektionen, Einblicken in die Markenwelt und spannenden News aus der Welt des Golfsports. (red)

das dann hell angestrahlt und auf einer drehbaren Konsole zur Begutachtung präsentiert wird. Gesucht werden kann nach Thema oder Kollektion – und über die Plattform mytagheuer.com lässt sich die Auswahl selbstverständlich auch auf das eigene Mobilgerät übertragen.

Persönliche Beratung

Moderne Technik spielt auch im Inneren der Boutique, vor allem in der unteren Etage, eine wichtige Rolle. Alle Infos und Konfigurationsvarianten zu den in Vitrinen und Konsolen ausgestellten Modellen lassen sich bequem per Touchscreens abrufen. Über das System

kann das Wunschmodell auch gleich direkt online mit späterer Abholung im Laden bestellt werden. Wer es beim Uhrenkauf lieber doch traditionell bevorzugt oder bei der Bedienung der digitalen Technik Hilfe braucht – auch kein Problem. Die Verkaufsmitarbeiter sind über das System und die Clienting App stets auch persönlich verfügbar

„Die Boutique in Ginza ist die ideale Kulisse, um diese Innovation zu präsentieren, weil exzellenter Kundenservice in der japanischen Kultur tief verwurzelt ist“, erläutert Jean-Claude Biver, CEO von TAG Heuer und Präsident des LVMH-Konzerns.



Elegant gestylt und komplett vernetzt präsentiert sich die neue TAG Heuer-Boutique.

Die neue A-Klasse mit Mercedes

# Just like you.

im Leasing ab **€ 129,- mtl.**

Unverbindliches Nutzenleasingangebot von Mercedes-Benz Financial Services Austria GmbH; Barzahlungspreis € 29.297,-; Gesamtbetrag € 20.688,-; garantierter Restwert von € 17.777,-; Vorauszahlung € 8.610,-; sämtliche Werte inkl. NoVA und MwSt.; Rechtsgeschäftsgebühr € 132,54; einmalige Bearbeitungsgebühr € 192,-; Laufzeit 36 Monate; Laufleistung 10.000km p.a.; Gesamtbelastung € 31.355,-; Sollzinssatz var. 4,25%; eff. Jahreszinssatz 3,68%; Frühbucherbonus ist eingerechnet; vorbeh. Bonitätsprüfung, Änderungen und Druckfehler; Details und weitere Informationen können Sie den AGB entnehmen ([www.mercedes-benz.at/leasing-agb](http://www.mercedes-benz.at/leasing-agb)); Angebote gültig bis 31.05.2018 bzw. bis auf Widerruf bei allen teilnehmenden Händlern.

Kraftstoffverbrauch (NEFZ) 4,1–6,5l/100km, CO<sub>2</sub>-Emission 108–149g/km