

Wolford eröffnet einen Pilotstore in Amsterdam

Amsterdam calling. Dort wurde am 31. Jänner der erste Store im brandneuen Shopkonzept der Bregenzer Skinwear-Marke eröffnet.

••• Von Christian Novacek

Am Puls der Zeit präsentiert sich Wolford in Amsterdam. Der neue Markenauftritt zeigt in der noblen P.C. Hoofstraat der niederländischen Hauptstadt, was er kann. Nach der Testphase mit diesem neuen Pilotstore soll das Konzept international ausgerollt werden.

Wolford hat für die Entwicklung des neuen Shop-Designs die Boutique-Agentur „Studio Modjefsky“ beauftragt. Ihr Zugang zur Zielgruppe: Man engagiert sie. Hinter dem Design steht ein Team junger erfolgreicher Frauen. Sie haben in ihrem Konzept die handwerkliche Tradition der Marke hervorgehoben und feinfühlig in Details integriert.

Monochrome Farbgestaltung
Erlebbar werden die Kollektionen in den neu designten Stores im wahrsten Sinne des Wortes, denn das Look and Feel beruht auf der Verbindung der exklusiven Handwerkskunst mit dem Second-Skin-Konzept. Ein helles und dennoch warmes Farbkonzept, durchdachte Lichteffekte sowie handgefertigte Module für die gezielte Präsentation sorgen für die adäquate Show.

Der Markenkern – die Stricktechnik – findet sich subtil in den unterschiedlichen Beleuchtungs- und Einrichtungsgegenständen wieder; etwa durch garnspulenförmige Glasleuchten oder Hängesysteme in typisch industrieller Formgebung. Das zentrale Thema „Bein“ zieht sich durch die Gestaltung, mit Bildern und Monitoren. An der



Neuer Look

Der neue Wolford-Store in Amsterdam ist auch ein Testprojekt: Sowie sich das Konzept bewährt hat, wird es international ausgerollt – vorerst in Paris und Los Angeles. Wann der erste Store der neuen Generation in Österreich startet, ist derzeit ungewiss.