

SHORT

Edler Brit-Chic
für die Füße



Die exklusive Capsule Collection besteht aus 29 Loafer-Modellen.

London. Ebenso bequem wie chic zählen Loafer zu den beliebtesten Herrenschuhen. MrPorter hat in Kooperation mit sieben britischen Nobel-Schuhmarken wie Cheaney, John Lobb, Church's und Tricker's die exklusive Best of British Loafers Capsule Collection aufgelegt. Sie besteht aus insgesamt 29 verschiedenen Modellen aus Glattleder, Rauleder oder Ponyfell in klassischen Farben. Die Edeltreter kosten zwischen rund 375 und 1.150 €. (red)

Monobrand-Boutique
in München



Der neue Laden bietet das komplette Sortiment von Mode bis Schmuck.

München. Vor Kurzem hat das zum Tapestry-Konzern gehörende Fashionlabel Kate Spade in der Münchner City seinen ersten deutschen Markenstore eröffnet. Er präsentiert auf rund 100, sehr elegant und feminin gestylten Quadratmetern die komplette Produktpalette aus Ready-to-Wear, Accessoires, Handtaschen, Kleinleiderwaren, Schuhen, Uhren, Schmuck und Brillen. (red)

Neuer Store
von Sportalm



Zum perfekten Einkaufserlebnis gehört auch ein chicer Bar-Bereich.

Innsbruck. Das Tiroler Premium-Label Sportalm hat kürzlich in den Rathaus Galerien eine neue Flagship-Boutique eröffnet, in der das gesamte Sortiment der drei Linien Tracht, Ski und Fashion präsentiert wird. Das Ladendesign von Innenarchitektin Theresa Obermoser verbindet gekonnt traditionelle Tiroler Elemente wie Holzschindeln, Kuhfelle und Kuckucksuhren mit geradlinig-modernen Möbeln, Leuchten und Warenträgern und unterstreicht damit den Stil der Marke perfekt. (red)



Der neue Laden im Einkaufszentrum Hey! Steyr bietet ein großes Sortiment von trendiger Young Fashion bis zu eleganter Abendmode von mehr als 50 Top-Marken.



Rundum *en vogue*

Der neue Store von Steinecker in Steyr ist ein Paradebeispiel für die aktuellen Retail-Trends.

BRITTA BIRON

Steyr. Provinz ist längst nur noch ein geografischer Begriff und keiner mehr, der ein wenig abfällig für modische Rückständigkeit steht. Mittlerweile können die Stores in Kleinstädten locker mit jenen in den Metropolen mithalten, wie das österreichische Modehaus Steinecker mit seiner neuen Dependence im Einkaufszentrum Hey! Steyr beweist.

Top-Sortiment

Der Store erstreckt sich über zwei Etagen mit insgesamt gut 2.000 m² und beeindruckt neben dem großen Sortiment aus den aktuellen Kollektionen von mehr als 50 Topmarken vor allem mit seinem besonderen Design-Konzept, das in Zusammenarbeit mit den

Experten von Umdasch The Store Makers entwickelt wurde. Im Fokus stand dabei, den weitläufigen Räumlichkeiten ein modernes und einladendes Loft-Ambiente mit einzigartigem Charakter zu verleihen sowie die Produkte auf besondere Art und Weise in Szene zu setzen.

Ladendesign mit ...

In allen Abteilungen finden sich neben Zimmerpflanzen besondere Details, die das wohnliche Flair unterstreichen und gleichzeitig Highlights setzen.

In der Damenabteilung im Erdgeschoss etwa die Bücherwand und eine freistehende Badewanne, die beide zur Präsentation der Jeanskollektion dienen, oder farbige Beistelltische, auf denen einzelne Keypieces und Accessoires drapiert sind. Im Young Fashion-

Sektor im ersten Stock steht ein Kühlschrank, der wie ein kultiger Marshall-Lautsprecher gestaltet ist. Im Herrenzimmer daneben, in dem Abend- und Festtagsanzüge präsentiert werden, sorgt ein Kamin für eine distinktierte Note, und die Ball- und Abendmode für Damen liegt wie ein elegantes Separée hinter einer aufwendig verzierten, gläsernen Trennwand.

... besonderen Details

Dass in der Young Fashion-Abteilung von Hey! Steyr Fahrräder an der Wand oder von der Decke hängen, kann man zwar durchaus als Verweis auf die stilistische Nähe von Sport und Streetwear sehen, tatsächlich ist es aber eine Hommage an das legendäre Waffenrad, das von 1895 bis 1934 in Steyr hergestellt wurde.

Das Fahrrad-Thema wurde auch in einem der vielen Loungebereiche, die Platz für Pausen sowie Beratungsgespräche bieten, aufgegriffen, und zwar in Form eines „Drink Trikes“, auf dem ein Kühlschrank Erfrischungen für die Kunden bereithält.

„Gepolsterte Möbel als Warenträger vermitteln eine hochwertige, wohnliche Atmosphäre. Individuell gefertigte, schlichte Basismöbel mit schwarzer Pulverbeschichtung sorgen für die nötige Ruhe und Ordnung“, erklärt die verantwortliche Designerin Bettina Wieser von umdasch Shop Consult ihr Konzept.

Abgehängte Elemente aus Lochblech lenken den Blick auf Fokuspunkte und sorgen für eine optische Trennung der verschiedenen Abteilungen, die zudem auch farblich unterstrichen wird.

Digital Mall ECE bietet die praktische Online-Produktsuche schon für fünf seiner Einkaufszentren an

Über 400.000 Artikel von 35 Händlern online

Hamburg. Nach der erfolgreichen Testphase im Alstertal-Einkaufszentrum (AEZ) hat der Shoppingcenter-Betreiber ECE die innovative Online-Produktsuche „Digital Mall“ vor Kurzem auf das Elbe-Einkaufszentrum in Hamburg, die Altmarkt-Galerie in Dresden, den Limbecker Platz in Essen und das Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach bei Frankfurt ausgeweitet.

Weitere Expansion geplant

Alexander Otto, CEO der ECE, dazu: „Mit der Vernetzung von Online- und Offline-Angeboten kommen wir den Kundenbedürfnissen nach einem kanalübergreifenden

Shopperlebnis nach und stärken so gleichzeitig den stationären Handel.“

In einem weiteren Schritt soll die „Digital Mall“ auf andere ECE-Center und weitere Handelspartner erweitert und um zusätzliche Services, wie z.B. einen Lieferdienst, ergänzt werden.

Die „Digital Mall“ wurde bereits 2017 in der Kategorie „Best O2O Strategy“ mit dem MAPIC Award ausgezeichnet, erhielt 2018 die Silber-Medaille bei den ICSC Solal Marketing Awards in der Kategorie „Emerging Technology“ und holte sich Anfang des Jahres den Sieg beim Innovationspreis des German Council of Shopping-Centers. (red)



Vor dem Besuch im Center kann man sich über das aktuelle Angebot informieren.