



INSIGHT

GESCHÄRFTES LADENBAU-PROFIL
SHARPENED UP SHOPFITTING PROFILE

01
MÄRZ 2017 | MARCH 2017

HOFFMANN
LADENBAU





EIN SCHRITT RICHTUNG ZUKUNFT A STEP TOWARDS THE FUTURE

NICHT NUR BEI INSIGHT IST VIELES NEU - AUCH BEI HOFFMANN LADENBAU. DARÜBER HINAUS DURFTEN WIR IN DEN LETZTEN MONATEN NAMENHAFTE MARKEN BEI IHRER ERFOLGREICHEN NEUPOSITIONIERUNG UNTERSTÜTZEN.

01

**GESCHÄRFTES
LADENBAU-PROFIL**
SHARPENED UP SHOP-
FITTING PROFILE

bemerk: Bei INSIGHT hat sich vieles verändert. Wir haben unser Magazin einem umfassenden Relaunch unterzogen. Der Look ist jetzt moderner und hochwertiger, das Layout wirkt übersichtlicher und deutlich aufgelockert – für noch mehr Freude beim Lesen. Eine weitere Innovation: Die Sonderseiten von Hoffmann Interior erkennen Sie jetzt am etwas breiteren Seitenformat.

Aber das ist noch nicht alles: Auch Hoffmann Ladenbau und Hoffmann Interior haben sich seit März 2017 neu aufgestellt und ihre Unternehmensprofile deutlich geschärft. Die interessanten Hintergründe dazu lesen Sie in dieser Ausgabe. Außerdem konnten wir einige Kunden mit unserem Know-how dabei unterstützen, sich erfolgreich neu zu positionieren. Wir präsentieren Ihnen spannende Neuigkeiten vom Unterhaltungselektronikerhersteller Loewe und den Fahrrad-Spezialisten von Rose Bikes.

03

**LUXUSFASHION
NEU PRÄSENTIERT**
LUXURY FASHION
NEWLY PRESENTED

Liebe Leserinnen und Leser, wahrscheinlich haben Sie es schon selbst

Lassen Sie sich inspirieren von unserer INSIGHT-Sonderausgabe rund um neue Wege in eine erfolgreiche Zukunft! Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen.

Jürgen Frechen und
Guido Kruthoff

NOT ONLY IS THERE A GREAT DEAL NEW ABOUT INSIGHT – BUT FOR HOFFMANN LADENBAU TOO. FURTHERMORE, WE HAVE BEEN ABLE TO ASSIST SOME WELL-KNOWN BRANDS WITH THEIR SUCCESSFUL REPOSITIONING IN THE LAST FEW MONTHS.

Dear Readers,

You may have already noticed for yourself: A great deal has changed about INSIGHT. Our customer magazine has undergone an extensive relaunch. The look is now more modern and higher-quality, the layout is clearer and much more relaxed - and this makes it even pleasanter to read. Another innovation: You will now recognise the Hoffmann Interior special pages from their somewhat wider page format.

02

**HOME
ENTERTAINMANET
IN NEUEM LOOK**
HOME
ENTERTAINMENT
WITH A NEW LOOK

background to it in this edition. Besides this, we have been able to use our expertise to assist some customers in successfully repositioning themselves. We present you with some exciting news from the manufacturer of home entertainment products Loewe, and the bike specialists at Rose Bikes. Allow yourself to be inspired by our special edition of INSIGHT to find out all about new ways to a successful future. We hope you enjoy reading this.

Jürgen Frechen and
Guido Kruthoff

But that is not all: Hoffmann Ladenbau and Hoffmann Interior are also repositioning themselves from March 2017 and sharpening up their company profile considerably. You can read the interesting

GESCHÄRFTES LADENBAU-PROFIL SHARPENED UP SHOPFITTING PROFILE



Hoffmann Ladenbau positioniert sich neu: Als einer der weltweit führenden Hersteller für Ladeneinrichtungen rücken die Spezialisten ihre Stärken neu in den Fokus – mit einer modernisierten Website, starkem Slogan und aufgefrischem Logo.

Der neue Slogan bringt die Leistungsfähigkeit und Flexibilität von Hoffmann Ladenbau perfekt auf den Punkt: „Performance in all dimensions“. Die weltweiten Spezialisten sind der ideale Partner, um die Identität einer Marke exakt in den Ladenbau zu übersetzen – bis hin zum effizienten Roll-out. Dabei gibt allein der Kunde die Rahmenbedingungen vor: von der Größe des Projekts bis hin zum gewünschten Leistungsumfang.

Durch die Profilschärfung und das neue Corporate Design grenzt sich Hoffmann Ladenbau bewusst stärker von Hoffmann Interior ab. Beide Unternehmen

richten sich an verschiedene Zielgruppen: Hoffmann Ladenbau legt den Fokus vorwiegend auf die wirtschaftliche Fertigung bei Roll-out Projekten, Hoffmann Interior spezialisiert sich auf hochwertige Projekte mit aufwendiger Handwerkskunst.

Weitere Informationen zu Hoffmann Ladenbau finden Sie auf der komplett überarbeiteten Website:
www.hoffmann-ladenbau.de

Hoffmann Ladenbau repositions itself. As one of the world's leading manufacturers for shopfittings, the specialists are bringing their specialities into clearer focus – with a modernised website, powerful slogan and refreshed logo.

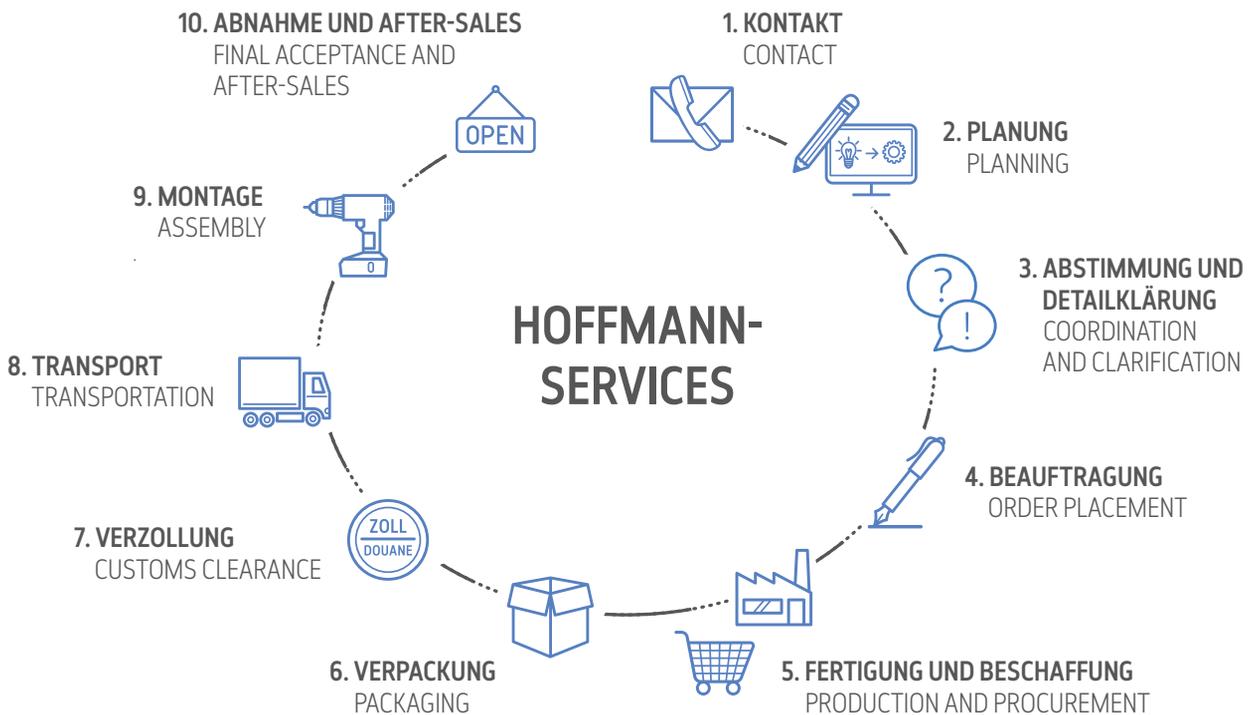
The new slogan sums up the efficiency and flexibility of Hoffmann Ladenbau perfectly: “Performance in all dimensions”. The world-leading specialists are the ideal partner to translate the

identity of a brand precisely into the shopfitting – right up to the efficient roll-out. The customer alone specifies the framework for this: from the size of the project to the scope of services required.

By sharpening up the profile and with the new corporate design, Hoffmann Ladenbau is consciously making a stronger distinction between itself and Hoffmann Interior. Both companies are directed towards different target groups: Hoffmann Ladenbau places the focus primarily upon economical production for roll-out projects, and Hoffmann Interior specialises in high-quality projects with exquisite craftsmanship.

You will find further information about Hoffmann Ladenbau on the completely redesigned website:
www.hoffmann-ladenbau.com





Weitere Informationen: www.hoffmann-ladenbau.de |
Further informations: www.hoffmann-ladenbau.com

STARK IN ALLEN DIMENSIONEN STRONG IN ALL ASPECTS

Mit einem deutlich geschärften Profil startet Hoffmann Ladenbau ins Jahr 2017. Im Interview mit INSIGHT erläutern die beiden Geschäftsführer von Hoffmann Ladenbau, Jürgen Frechen und Guido Kruthoff, die Hintergründe der neu entwickelten Positionierung.

Was war der Anlass für die Neupositionierung von Hoffmann Ladenbau?

Guido Kruthoff: In über drei Jahrzehnten hat sich Hoffmann Ladenbau ständig weiterentwickelt. Heute sind wir einer der weltweit führenden Hersteller für Ladeneinrichtungen, arbeiten mit modernsten computergesteuerten Fertigungsstraßen und beliefern unsere Kunden weltweit. Diese Leistungsfähigkeit stellen wir jetzt deutlich in den Mittelpunkt.

Welche Bedeutung hat der neue Slogan „Performance in all dimensions“?

Jürgen Frechen: In diesen vier Worten steckt alles, was das Konzept von Hoffmann Ladenbau im Kern ausmacht. Denn „Dimensionen“ lässt sich in viele Richtungen interpretieren. Zum einen als Projekt-Größe: Wir realisieren sowohl kleinste Shops als auch Stores mit mehreren Tausend Quadratmetern. Auch in der Dimension „Projektart“ sind wir nicht festgelegt: vom Shop-in-Shop bis hin zu kompletten Stores ist alles möglich. Dasselbe gilt für die Anzahl von Filialen. Und selbst auf bestimmte Branchen sind wir durch unsere jahrelange Erfahrung nicht festgelegt.

Guido Kruthoff: Das Wort „Dimension“ bezieht sich aber auch auf den Umfang der gewünschten Leistungen: Unsere Kunden können frei entscheiden, ob sie

nur einzelne Leistungen wünschen oder ob wir ein Projekt als Generalunternehmer schlüsselfertig realisieren.

Was unterscheidet Hoffmann Ladenbau künftig von Hoffmann Interior?

Jürgen Frechen: Während Hoffmann Ladenbau seine Stärken bei der wirtschaftlichen Fertigung in Serie und einem effizienten Roll-out voll ausspielt, inszeniert Hoffmann Interior individuelle Stores in aufwendiger Handarbeit – für anspruchsvolle Marken, mit edelsten Materialien und sehr viel Liebe zum Detail.

Hoffmann Ladenbau starts 2017 with a clearly sharpened up profile. In the interview with INSIGHT, both Managing Directors of Hoffmann Ladenbau, Jürgen Frechen and Guido Kruthoff,

explain the background to the redeveloped positioning.

What is the reason for the repositioning of Hoffmann Ladenbau?

Guido Kruthoff: Hoffmann Ladenbau has been developing constantly for three decades. Today we are one of the world's leading manufacturers of shopfittings, we work with the most up-to-date computer-driven production lines and we supply our customers worldwide. We are now clearly making this efficiency central to what we do.

What is the meaning of the new slogan "Performance in all dimensions"?

Jürgen Frechen: These four words include everything that is at the core of the Hoffmann Ladenbau concept. For "dimensions" can be interpreted in many ways. On the one hand as the size of a project: We work on the smallest shops as well as stores of several thousand square metres. We are also not fixed with regard to the dimension of "project type": everything is possible, from shop-in-shop to complete stores. The same applies to the number of branches. And due to our many years of experience, we are not fixed when it comes to a certain sector.

Guido Kruthoff: However, the word "dimension" also applies to the scope

of the services required: Our customers can decide freely whether they require only individual services or whether we are to complete the entire turnkey project as a general contractor.

What will differentiate Hoffmann Ladenbau from Hoffmann Interior in the future?

Jürgen Frechen: While Hoffmann Ladenbau fully demonstrates its strengths in economical series production and an efficient roll-out, Hoffmann Interior creates individual stores with exquisite craftsmanship – for sophisticated brands, with the finest materials and a great love of detail.

Geschäftsführer Guido Kruthoff (links) und Jürgen Frechen setzen auf einen profilierten Marktauftritt.

Managing Directors Guido Kruthoff (left) and Jürgen Frechen have set their sights on a sharpened up market presence.

„Ob Projektgröße, Leistungsumfang oder Branche – Hoffmann Ladenbau steht für Performance in all dimensions“.

„Whether project size, scope of services or industry – Hoffmann Ladenbau stands for performance in all dimensions“.





HOME ENTERTAINMENT IN NEUEM LOOK

HOME ENTERTAINMENT WITH A NEW LOOK

Loewe, Hersteller hochwertiger Unterhaltungselektronik, positioniert sich neu: Wärmer und wohnlicher sollte der neue Markenauftritt am POS werden. Weiterhin steht Loewe für modernes Design, neueste Technik und hochwertige Materialien. Hoffmann Ladenbau unterstützte bei der Entwicklung & Produktion des neuen Konzepts.

Wo vorher hochglänzend weiße Flächen dominierten, ist jetzt edle Lounge-Atmosphäre eingezogen: Mit der Produktion von sechs kompletten Loewe Galerien sowie neuen Präsentationssystemen für 25 Technical Superstores setzte Hoffmann Ladenbau das POS-Konzept exakt um.

Dabei herrschen elegante Grau- und Brauntöne vor: „Wir haben unter anderem verschiedene Wandelemente in Betonoptik aus Mikrozement realisiert. In Verbindung mit Abschlüssen in edler Messing- und Lederoptik, gerundeten Details sowie verschiedenen Design-accessoires liegt der Fokus darauf, eine minimalistische, aber gleichzeitig warme Bühne für die Marke Loewe zu schaffen“, erklärt Jürgen Hartz, Projektleiter bei Hoffmann Ladenbau. Durch die neuen Einrichtungselemente zeigt sich Loewe wärmer, wohnlicher, menschlicher. Das Design-Konzept entwarf Loewe Creative Director Bodo Sperlein in Zusammenarbeit mit der Agentur CuldeSac aus Valencia.

In nur acht Wochen fertigte Hoffmann Ladenbau für Loewe über 320 Einrichtungselemente – darunter Mittelmöbel, Podeste sowie Schreibtische und Stühle in Leder-Optik. Gleichzeitig entwickelte Hoffmann Ladenbau intelli-

gente Lösungen, um die bestehende Unterkonstruktion der bisherigen Loewe Shopmodule zu übernehmen. Die konstruktive Entwicklung und Produktion der neuen Shopmodule erfolgte innerhalb von drei Wochen. Weitere Informationen zu Loewe finden Sie hier: www.loewe.tv

Projekt-Umfang: 6 Loewe-Galerien und Präsentationssysteme für 25 Technical Superstores
Standorte: Galerien in Geeste, Wiesbaden, Hamburg, Mannheim, Darmstadt, Heidelberg
Gefertigte Elemente: über 320
Realisierung: Sep. – Nov. 2016

Project scope: 6 Loewe galleries and presentation systems for 25 technical superstores
Locations: Galleries in Geeste, Wiesbaden, Hamburg, Mannheim, Darmstadt, Heidelberg
Elements fabricated: over 320
Implementation: Sep. – Nov. 2016

Loewe, a manufacturer of high-quality entertainment electronics, is repositioning itself: the new brand appearance at the POS is intended to be warmer and more homely. Furthermore, Loewe is synonymous with modern design, state-of-the-art technology and high-quality materials. Hoffmann Ladenbau provided support with the development & production of the new concept.

An elegant lounge atmosphere has replaced the areas that were previously dominated by high-gloss white surfaces: Hoffmann Ladenbau implemented the POS concept exactly with the production of six complete Loewe galleries and new presentation systems for 25 technical superstores.

Dominated by elegant grey and brown tones: “We created different concrete-look wall elements made of microcement, amongst other things. The focus was to create a minimalistic yet warm stage for the Loewe brand by combining brass and leather-look finishes, rounded details as well as various design accessories”, explains Jürgen Hartz, Project Coordinator at Hoffmann Ladenbau. Loewe appears warmer, more homely and more human with the new furnishing elements. Loewe’s Creative Director Bodo Sperlein created the new design concept in cooperation with the agency CuldeSac based in Valencia.

Hoffmann Ladenbau produced over 320 furnishing elements for Loewe in just eight weeks – including mid-space furniture, pedestals as well as desks and leather-look chairs. At the same time, Hoffmann Ladenbau developed intelligent solutions to use the existing substructure of the former Loewe shop modules. The development of the concept and production of the new shop modules were completed within three weeks. For more information about Loewe, please refer to www.loewe.tv

IMPRESSUM | IMPRINT

Herausgeber | Editor
Hoffmann Ladenbau GmbH & Co. KG
Hoffmann Interior GmbH
Handwerkerstr. 27
D-48720 Rosendahl-Holtwick

Phone +49(0) 2566 9316 0
Fax +49(0) 2566 9316 55
info@hoffmann-ladenbau.de
www.hoffmann-ladenbau.de
info@hoffmann-interior.de
www.hoffmann-interior.de

Redaktion | Editorial responsibility
Claudia Hoffmann
Layout | Layout
Team Meuter GmbH | Die Profilschärfer
Tungerloh-Pröbting 20 | 48712 Gescher
www.meuter.de



WOLFORD BERLIN

*Kurfürstendamm 48 - 49,
10707 Berlin, Germany*

Store-Größe: 86 qm

Leistungen als Generalunternehmen:

Bauleitung, Entkernung, Trockenbau, Beleuchtung, Klima/Lüftung, Elektro, Telekommunikation, Boden, Audio, Ladeneinrichtung, Montage, Entsorgung

Realisierung: Juli - September 2016

Store size: 86 sqm

Services as general contractor:

Construction management, gutting, dry construction, lighting, ventilation / air-conditioning, electrical, telecommunications, floor, audio, shopfitting, installation and disposal

Execution: July - September 2016

LUXUSFASHION NEU PRÄSENTIERT LUXURY FASHION NEWLY PRESENTED

Helles Eichenholz. Runde Messingelemente. Einzigartige Leg-wear Galerie-Säulen. Mit ihrem neuen Konzept kreiert die Luxusmarke Wolford eine warme, moderne Atmosphäre. // Light oak wood. Round brass elements. Unique leg-wear gallery columns. With its new concept, the Wolford luxury brand creates a warm and modern atmosphere.

Feinste Leg-wear, elegante Oberbekleidung und verführerische Lingerie: Bei der Präsentation des hochwertigen Fashion-Sortiments von Wolford zählt jedes Detail. Deshalb entschied sich die österreichische Marke für Hoffmann Interior. Die Experten für hochwertigen Ladenbau setzten das Konzept des renommierten Pariser Architekturbüros Rena Dumas Architecture Intérieure (RDAI) exakt um – und inszenierten den weltweit ersten Wolford-Store im neuen Design als Generalunternehmen.

Auf die anspruchsvollen Wolford-Kundinnen wartet in Berlin ein emotionales Einkaufserlebnis: „Die besondere Atmosphäre wird von edlem, hellem Eichenholz dominiert“, erklärt Manfred Ahler, Head of Sales International bei Hoffmann Interior. „Ein besonderes Detail: Das Parkett geht direkt in die Wand über – und von der Wand in die gerundete Decke.“

Für Wolford spielte von Anfang an eine hochwertige Materialauswahl, die exklusive Handwerkskunst und perfekte Verarbeitung aller Einrichtungselemente eine wichtige Rolle. Gleichzeitig entstanden im Zuge der Kreation innovative Details: „Zusammen mit RDAI haben wir spezielle Wandmöbel entwickelt, die sich in ein flexibles, verschiebbares System mit Elektrifizierung einhängen lassen“, so Manfred Ahler. „Durch solche Detail-Lösungen ist der Wolford-Store wirklich einzigartig.“

Weitere Informationen zu Wolford finden Sie hier:
www.wolford.de

The finest leg-wear, elegant outer garments and seductive lingerie: With the presentation of the high-quality fashion range from Wolford, every detail counts. The Austrian brand therefore chose Hoffmann Interior. The experts in high-quality shop fitting implemented the concept of the renowned Parisian architect office Rena Dumas Architecture Intérieure (RDAI) with precision – and as the general contractor, developed the first Wolford store in the world in the new design.

Discerning Wolford customers in Berlin can look forward to an emotional shopping experience: “Light oak wood prevails in the special ambience”, explains Manfred Ahler, Head of International Sales at Hoffmann Interior. “A special detail: The parquet merges straight into the wall – and from the wall into the rounded ceiling.”

The choice of high-quality materials, exclusive craftsmanship and the perfect processing of all furnishing elements played an important role for Wolford from the outset. At the same time, innovative details came about during the creative process: “We developed special wall furnishings together with RDAI, which can be hung with electrification in a flexible, movable system”, says Manfred Ahler. “With such detailed solutions, the Wolford store is truly unique.”

You will find further information about Wolford here:
www.wolford.com



Manfred Ahler

LEIDENSCHAFT & HANDWERK PASSIONATE CRAFTSMANSHIP

Der Wolford-Store in Berlin zeigt in vielen Details hochwertigen Ladenbau. Verantwortlich für die erfolgreiche Umsetzung war Manfred Ahler || The Wolford store in Berlin demonstrates high-quality shopfitting in many details. Manfred Ahler, Head of International Sales at Hoffmann Interior was responsible for the successful implementation.

Welche Vorgaben hatten Sie bei der Inszenierung des Wolford-Stores?

Das Ziel war die exakte Umsetzung des neuen Design-Konzepts. Durch Einrichtungelemente mit Rundungen haben wir auch Wolfords „Second Skin“-Thema ästhetisch aufgegriffen.

Was waren besondere Herausforderungen?

Die Entwicklung und Umsetzung in kürzester Zeit. In weniger als neun Wochen haben wir den Wolford-Store als Generalunternehmen komplett umgebaut und alle Einrichtungelemente gefertigt, angeliefert und montiert. Darunter alle Mittelmöbel, Counter, Wandmöbel und die einzigartigen Leg-wear Galerien.

Bei welchen Elementen war besondere Handwerkskunst gefragt?

Vor allem bei den über elf Meter langen Leg-wear Galerien. Diese enthalten LEDs und Lumisheets zur Hinterleuchtung. Dabei wechseln immer wieder die Ebenen und Seiten der Präsentationsfächer. Dies erforderte viele technische und handwerkliche Detaillösungen.

What were your specifications for creating the Wolford store?

The objective was the precise implementation of the new design concept. We also picked up aesthetically on Wolford's "second skin" theme with rounded furnishing elements.

What were the particular challenges?

Development and implementation in the shortest possible time. As the general contractor, we completely converted the Wolford store and produced, delivered and installed all furnishing elements in under nine weeks. This included centre furnishings, counter, wall furniture and the unique leg-wear galleries.

For which elements was craftsmanship called for in particular?

Above all for the leg-wear galleries, which are more than eleven metres long. These include LEDs and LumiSheets for back-lighting. This makes the levels and sides of the presentation compartments constantly change. It requires many detailed technical and manual solutions.



LADENBAU IN PERFEKTION SHOPFITTING TO PERFECTION

Ins Jahr 2017 startet Hoffmann Interior mit einem deutlich geschärften Profil: Optimiertes Logo. Neuer Slogan. Überarbeitete Website. // Hoffmann Interior begins 2017 with a considerably sharper profile: Optimised logo. New slogan. Revised website.

Der neue Slogan von Hoffmann Interior bringt den eigenen hohen Anspruch auf den Punkt: „Unique in every detail.“ Die Ladenbau-Experten sind die perfekten Partner für die Inszenierung exklusiver Premium-Stores, die den Charakter anspruchsvoller Marken am Point of Sale bis ins kleinste Detail unverkennbar widerspiegeln. Hoffmann Interior arbeitet den individuellen Charakter perfekt heraus – mit echter Leidenschaft und handwerklichem Geschick.

Dies symbolisiert auch das optimierte Logo der Ladenbau-Experten: Ein goldener Ockerton verleiht der Außendarstellung einen hochwertigeren und frischen Charakter. Und auch die neue Schriftart spiegelt die Liebe zu Details wider.

Weitere Informationen zu Hoffmann Interior finden Sie auf der komplett überarbeiteten Website: www.hoffmann-interior.de //

The new slogan for Hoffmann Interior sums up their own high standards: “Unique in every detail.” The shopfitting experts are the perfect partners for creating exclusive premium stores, which unmistakably reflect the character of sophisticated brands at the

point of sale, down to the smallest detail. Hoffmann Interior works out the individual character perfectly – with true passion and the skill of the craftsman.

This is also symbolised by the optimised logo for the expert shop fitting company: A golden ochre tone gives the external image a high-quality and fresh character. And the new typeface also reflects the love of detail.

You will find further information about Hoffmann Interior on the completely revised website: www.hoffmann-interior.com

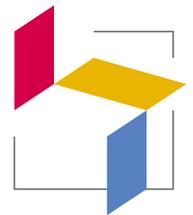


Winner of
 * EuroShop
 RetailDesign
 Award '17



AUSGEZEICHNETE ARBEIT EXCELLENT WORK

HOFFMANN
 LADENBAU



Hoffmann Ladenbau zählt mit dem innovativen Fahrrad-Store „Rose Biketown“ zu den Gewinnern des internationalen EuroShop RetailDesign Awards 2017. Das wegweisende Konzept setzte sich als einer von drei Gewinnern gegen 83 Einreichungen aus 27 Ländern durch.

Ein eingespieltes Team: Bereits seit 2005 arbeiten Hoffmann Ladenbau, Rose Bikes und Blocher Partners erfolgreich zusammen. Deshalb wurde auch das neue Storekonzept durch Hoffmann Ladenbau am Standort Bocholt realisiert. Für den 6.000 qm großen Flagship-Store verantworteten die Ladenbau-Spezialisten die technische Ausarbeitung und Projektleitung vor Ort. Außerdem übernahm Hoffmann Ladenbau die Fertigung aller Einrichtungs-elemente. Das Ergebnis: Die Zukunft des Fahrradkaufs – mit Multimedia, persönlicher Beratung und der perfekten Verknüpfung von On- und Off-line-Einkaufserlebnis.

Seit 2008 zeichnet das EHI Retail Institut zusammen mit der Messe Düsseldorf jedes Jahr

die drei weltweit überzeugendsten Shop-Konzepte aus. Für Rose Bikes ist dies bereits die dritte Auszeichnung nach den Awards „Store of the Year 2015“ und „Store of the Year 2017“ des Handelsverbands Deutschland.

Wir sind stolz darauf, Teil des mehrfach preisgekrönten Teams zu sein. Herzlichen Glückwunsch an Rose Bikes zum EuroShop Retail-Design Award!

Hoffmann Ladenbau is one of the winners of the international EuroShop RetailDesign Awards 2017 with the trailblazing bike store „Rose Biketown“. The ground-breaking concept succeeded as one of three winners against 83 submissions from 27 countries.

Superb teamwork: Hoffmann Ladenbau, Rose Bikes and Blocher Partners have worked together successfully since 2005. The new store

concept was executed by Hoffmann Ladenbau at the Bocholt branch. The shop fitting special-

ists were responsible for the technical development and construction management for the flagship store covering 6,000 sqm. Besides this, Hoffmann Ladenbau produced all the furnishing and fitting elements. The result: The future of bike purchasing – with multimedia and the perfect association of online and offline shopping experiences.

Since 2008, the EHI Retail Institute along with Messe Düsseldorf (trade fair organisation) has honoured the three most convincing shop concepts in the world each year. This is already the third accolade for Rose Bikes, in addition to the awards, “Store of the Year 2015” and “Store of the Year 2017” from the German Retail Association.

We are proud to be part of the multiple prize-winning team. Congratulations to Rose Bikes for the EuroShop RetailDesign Award!