

TextilWirtschaft



5 / 12

LADENBAU

Neues Store Design für Bonita

von Redaktion online am 18. Mai 2017

Das Damenmode-Label feilt an einem neuen Store-Design. Drei Läden wurden schon umgestaltet. Möbel aus Eichenholz in Kombination mit Warenträgern aus Schwarzstahl und gebürstetem Edelstahl – das neue Bonita-Ladenbaukonzept setzt auf hochwertige Materialien und eine klare Formensprache. In den vergangenen Wochen wurde das neue Konzept gleich an drei Standorten umgesetzt. Zwei Läden in Berlin – in den Shopping-Centern Kaufpark Eiche und Das Schloss – sowie ein Laden im österreichischen Bludenz wurden umgestaltet.

„Die anstehende Verlängerung von Mietverträgen machte es notwendig, die Läden neu zu gestalten“, sagt Bonita-COO Klaus Friedrich. Seinen Angaben zufolge wurde das neue Konzept innerhalb weniger Monate entwickelt. Dabei stand vor allem die Flexibilität der Flächen im Vordergrund. „Für uns ist es sehr wichtig, dass wir im Laden Key Looks präsentieren können, aber auch gleichzeitig ausreichend Platz für Einzelartikel in größeren Mengen haben“, erklärt Friedrich.

Aus diesem Grund ist das Store-Design (Gestaltung: 3F Design Architecture, Köln; Ladenbau: Hoffmann, Rosendahl) auch zurückhaltend gestaltet. Klare Linien lassen den Ladenbau in den Hintergrund treten. Eine in die Bodenfläche installierte LED-Beleuchtung setzt die Ware besonders in Szene. Die um 20 bis 25% vergrößerten Umkleidekabinen sollen die Kundinnen zum längeren Verweilen einladen.

Größerer Roll-out kommt erst 2018

Wichtig sei für Bonita auch gewesen, dass der neue Ladenbau weniger Trockenbauleistung erfordert als bisher. Im Schnitt sind die Bonita-Läden zwischen 75 und 100 m² groß. In diesem Jahr werden mit den Läden in Mühlheim/Ruhr und Leonberg noch zwei Umgestaltungen folgen. Ein größerer Roll-out ist erst für das nächste Jahr geplant. Dann wird das Konzept voraussichtlich etwas anders aussehen. „Unser Projektteam arbeitet jetzt an einer Weiterentwicklung. Dabei steht unter anderem digitale Kommunikation im Vordergrund“, sagt Carsten Schmelting, Director Group Services & Infrastructure der Tom Tailor Holding.

Egal, ob Schaufenster- oder Indoor-Konzepte wie Images, Aktionen, Kombination von Tablets und Bildschirmen – wichtig sei, genau zu beobachten, wie die neuen Techniken bei den Kunden ankommen. Schmelting: „Wir wollen Technik nicht nur zum Selbstzweck einsetzen.“