



Blickfang Kosmetik: Vintage-Möbel und edler Lüster ziehen die Kunden in den Raum hinein.
www.reformhaus-kaubisch.de

VITA NOVA

Das Spiel mit Gegensätzen

Reformhäuser mit Wohlfühlatmosphäre sprechen erweiterte Zielgruppen an und erzielen damit in der Regel mehr Umsatz. Das im Oktober eröffnete Vita Nova Reformhaus Kaubisch in Mülheim/Ruhr überrascht seine Kunden mit einem Spiel von Gegensätzen wie beispielsweise Tradition und Moderne. Geplant und realisiert wurde der 140 qm große Store von Assmann Ladenbau Leibnitz. Eine Herausforderung für die Storedesigner bestand in dem langen und schmalen Grundriss. Die Kosmetik wurde als Blickfang ganz hinten im Raum positioniert.

ALBERT HEIJN

Frische Mahlzeit für unterwegs



Eine Auswahl an rund 600 verzehrfertigen Produkten präsentiert der niederländische Einzelhandelskonzern Ahold in seinem zweiten Convenience-Store „Albert Heijn to go“ in Deutschland. Auf der Kettwiger Straße in der Essener Fußgängerzone bietet die größte Ahold-Marke „Albert Heijn“ unter dem Motto „Frische Leckereien für unterwegs“ schnelles, frisches und gesundes Essen zum Mitnehmen an. Kurze Laufwege und Wartezeiten ermöglichen zügigen Einkauf. Für angenehme Einkaufsatmosphäre sorgen ein entsprechendes Licht- und Musikkonzept.

Bei „Albert Heijn to go“ soll jeder Kunde in nur zwei Minuten eine frische Mahlzeit für unterwegs finden.
www.ah-nl

CENTRAL BRATISLAVA

Neueröffnung mit rund 150 Shops



Das Shopping-Center „Central“ in Bratislava markiert für die ECE den Markteintritt in die Slowakei.
www.ece.de

GINA LAURA

Rollout für neues Designkonzept



Im neuen Look präsentiert das Modelabel für Damenoberbekleidung mit mehr als 300 Filialen in Deutschland und Österreich seine Stores. Erstmals umgesetzt wurde das Designkonzept von dem Generalunternehmer Tenbrink Ladeneinrichtungen im Allee-Center Hamm. Ausgewählt wurden ein warmes Grau für die Rückwand und ein heller Holzton beim Bodenbelag. Der Ladenbau ist in Weiß gehalten und bleibt optisch dezent im Hintergrund. Große, emotionale Fotografien als Dekorations-Elemente zieren die Rückwände. Akzente setzen farbige Streifen.

Das neue Designkonzept lebt vom Kontrast von lichten Naturtönen und Elementen in kräftigem Orange.
www.gina-laura.com

Das Shopping-Center „Central“ in Bratislava verfügt über 36.000 qm Mietfläche auf vier Ebenen sowie einen Park auf dem Dach mit Wasserquellen und Spielplätzen. Rund 150 Shops, Restaurants und Cafés heißen die Besucher willkommen. Das „Central“ liegt im erweiterten Stadtzentrum und ist mit rund 1.300 Parkplätzen mit dem Auto sowie mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Integriert ist ein Multifunktionskomplex mit Wellness- und Sportzentrum, Vier-Sterne-Hotel, „Pro Care“-Medizinzentrum sowie Büroflächen.