



MODEHAUS FISCHER

## Flagshipstore mit neun Stilwelten

Modehaus Fischer hat im Leipziger Shopping-Center „Höfe am Brühl“ auf 2.600 qm, verteilt über zwei Etagen seinen größten Flagshipstore Mitteldeutschlands eröffnet. Das preisgekrönte Ladenkonzept will mit neun Stilwelten wie „Young Timer“, „Fliegenfischen“ oder „Bootwelt“ verschiedene Zielgruppen ansprechen. Design-Eyecatcher ist das „Lille Hus“, das einem skandinavischen Holzhaus nachempfunden wurde. Emotionalität und Service stehen im Fokus, darunter eine Stylingberatung, Schauschneiderei und Kaffeelounge.

Für die Innenraumgestaltung zeichnet das Hamburger Architekturbüro Prof. Holger Moths verantwortlich.  
www.modehaus-fischer.de

IUTER

## Kontrastreiches Ambiente



Das italienische Streetwear-Label Iuter hat im Zentrum von Mailand einen Flagshipstore eröffnet. Der zu einer polyedrischen Skulptur geformte Kassensbereich dominiert die 150 qm große Verkaufsfläche und korrespondiert mit Teilen der Wandverkleidung, deren vielkantige Struktur die Optik aufgreift. Für die Flächen in 3D-Optik verwendete das Mailänder Designstudio Mammafotogramma Nussbaum-, Kirsch- und Mahagoni-Holz einer Schreinerei in Varese. Eine römische Säule und Betonboden kreieren einen Gegensatz zum Kassentresen.

Kassencounter und Wandverkleidungen sind aus Wood-Skin, einem formbaren Material auf Holzbasis.  
www.iuter.com

VIU

## Brillen vor Marmor



Viu hat bereits Flagshipstores in München, Zürich, Basel und Bern eröffnet.  
de.shopviu.com/de

FYNCH HATTON

## Diesseits von Afrika



Die Männermode-Marke Fynch Hatton expandiert an sieben Standorten mit einem Ladenbaukonzept von Schemberg Einrichtungen, das individuell auf jede Lokalität zugeschnitten wird. Ein alter Flugzeug-Propeller, Überseekoffer und eine Zebra-Herde als Wandposter, dazu englische Ledersessel und gerahmte, sepia-getönte Fotos: Der Store in Köln erinnert an den Filmklassiker „Jenseits von Afrika“, von dessen Figur Denys Finch Hatton sich der Markenname ableitet. Die Läden des Labels aus Mönchengladbach sind 80-130 qm groß.

Wand-Paneele, Warentische und ein Boden in Holzoptik bilden den Rahmen des Storekonzepts.  
www.fynch-hatton.de

Im Juli eröffnete die Schweizer Brillen-Marke Viu einen Flagshipstore in Berlin. Visuelles Highlight des Interieurs ist die Systemwand aus Cippolino-Marmor mit weißen Tablaren, auf der das Label handgefertigte Brillen präsentiert. Hochglänzender Marmor spiegelt die Außenfassade nach Innen und vergrößert so den 60 qm großen Store optisch. Schlichte weiße Tischgestelle und Hocker bestimmen das Storedesign des Innenarchitekten und Kreativdirektoren Fabrice Aeberhard und rücken das Muster des Kalkgesteins in den Fokus.