




oechsle display systems
zuverlässig und innovativ

Oechsle Display Systeme GmbH
 Bubesheimer Straße 13-15
 D-89340 Leipheim
 Telefon +49 (0) 82 21 / 2798-0
 Telefax +49 (0) 82 21 / 2798-27
 www.oechsle.de

Umgestalteter Flagship-Store inspiriert mit neuem Kundenerlebnis

C&A Re-Opening in Düsseldorf: Schadowstraße 77 mit neuem Designkonzept.

Nach umfangreichen Umbauarbeiten präsentiert C&A seinen ersten Flagship-Store in Deutschland in komplett neuem Look. Seit dem 26. September 2013 erwartet die Besucher ein besonderes Kundenerlebnis mit übersichtlichen Themenwelten sowie kreativen Designdetails. Dem wiedereröffneten Düsseldorfer Store werden in den nächsten zwei Monaten Store-Openings in Paris und Madrid folgen.

Von außen beeindruckt der umgebaute Store in der Schadowstraße 77 auf den ersten Blick durch seine modernisierte Fassade mit einem acht Meter großen C&A LED-Logo und der ausgebauten Schaufensterfront auf zwei Etagen. Neben dem Fashion-Sortiment wird auf zwei überdimensionalen LED-Screens das kreative Fensterkonzept „Getting Ready“ von dem aus Amsterdam stammenden Künstler Christian Borstlap auf grafische Art und Weise umgesetzt.

Innovative Produktpräsentation auf 10.000 Quadratmetern

Im neu gestalteten Innenbereich des Stores finden die Besucher auf fast 10.000 Quadratmetern Verkaufsfläche ein modernes Raumkonzept mit innovativer Produktpräsentation vor. Die offene, klare Gestaltung des Ladenbaus, die breiten Gänge sowie die großzügigen Umkleieräume laden zum Shoppen und Verweilen ein.

Der neugestaltete Flagship-Store von C&A in der Schadowstraße präsentiert sich in komplett neuem Look.

Bei der Ladenumgestaltung unter dem Motto „Re-Imagine C&A“ ging es den Verantwortlichen darum, die Markenausrichtung „Inspired by life“ in einem Designkonzept zu interpretieren. Dazu wurden Gegenstände des täglichen Lebens auf kreative Weise umdefiniert und in einen ungewöhnlichen Kontext gesetzt: So findet der Kunde im Eingangsbereich einen „Straßenbahnwagen“ oder auch „Lampenschirme“ – aus Handtaschen, Männerhüten oder Legosteinen zusammengesetzt – auf der Verkaufsfläche. Als Equipment für die Kollektionen dienen unter anderem Fahrräder oder Stuhlreihen aus Chrom und Holz.

„Unsere Marke und unser Konzept sind vom täglichen Leben inspiriert, wo Gewöhnliches zu einem außergewöhnlichen Erlebnis wird. C&A ist eine der ersten Marken, die die Mode demokratisiert hat – gegründet im Jahr 1841 mit einem innovativen Konzept, das es dem ‚Man in the Tram‘ ermöglichte, sich modisch zu kleiden. Bis heute ist unser Grundsatz, unseren Kunden die Möglichkeit zu bieten, jeden Tag gut auszusehen – und sich auch so fühlen. Ziel des neuen Retail-Konzepts ist es, die Präsentation der Ware und die Qualität unserer Kollektion in den Mittelpunkt zu stellen“, erklärt Eva Ziegler, Director Brand & Marketing Europe bei C&A.

Das Store-Konzept wurde von Inhouse-Designern entworfen. Grafisch unterstützt wurde C&A dabei von dem Londoner Designbüro „Animals on the Underground“, bekannt

Mehr Licht am P.O.S. OEK LEDline

Rücken Sie Ihre Waren werbewirksam ins Licht - mit unserer erweiterten

Produktreihe „LEDline“

- **Regalbeleuchtung**
- **LED-Displays**
- **LED-Klapprahmen**
- **Leuchttrenner**



Gratis: LEDline-Infobroschüre

Jetzt anfordern oder downloaden unter www.oek-display-systeme.de/de/kataloge.html

Wir sehen uns auf der



EuroShop

The World's Leading Retail Trade Fair
 16 – 20 February 2014
 Düsseldorf · Germany

in Halle 3 / Stand A75



„Unsere Marke und unser Konzept sind vom täglichen Leben inspiriert, wo Gewöhnliches zu einem außergewöhnlichen Erlebnis wird ... Ziel des neuen Retail-Konzepts ist es, die Präsentation der Ware und die Qualität unserer Kollektion in den Mittelpunkt zu stellen.“

Eva Ziegler, Director Brand & Marketing Europe bei C&A

durch Paul Middlewick, den Erfinder der über 30 Tierformen, die aus den Linien und Stationen des Londoner U-Bahn-Netzes kreiert werden können. „Unsere Vision war es, für C&A ein visuelles Retail-Konzept, basierend auf dem Düsseldorfer U-Bahn-Netz, für das Instore-Design zu entwickeln – und darüber hinaus die Fassade während der Umbauphase in ansprechender Weise zu ver-

hüllen“, so Middlewick. „In Zusammenarbeit mit dem C&A Kreativteam konnten wir unsere Vorstellungen effektiv in die Realität umsetzen. Es war fantastisch, den Store während des Umbaus zu sehen, und wir sind von dem gesamten Designteam herzlich aufgenommen worden“, beschreibt Middlewick das Projekt. „Im zweiten Schritt haben wir dann aufmerksamkeits-



Das Store-Konzept wurde von Inhouse-Designern entworfen. Grafisch unterstützt wurde C&A dabei von dem Londoner Designbüro „Animals on the Underground“. Bei den Installationen, zum Beispiel im Kassensbereich und an den Seitenwänden der Rolltreppen, wurde besonderer Wert darauf gelegt, originelle und inspirierende Designs zu entwickeln, die zeitlos sind und die Kunden im Store über viele Jahre hinweg ansprechen.

starke Installationen, zum Beispiel im Kassensbereich und an den Seitenwänden der Rolltreppen, kreiert. Dabei haben wir besonderen Wert darauf gelegt, wirklich originelle und inspirierende Designs zu entwickeln, die zeitlos sind und die Kunden im Store über viele Jahre hinweg ansprechen.“

Zusammen mit der Wiedereröffnung der 1.600 Quadratmeter großen Store-Fläche in der belebten Einkaufsstraße „Gran Via“ in Madrid im Oktober sowie der Wiedereröffnung des Pariser Stores am „Place de la Madeleine“ mit 3.000 Quadratmetern Store-Fläche im November präsentiert C&A insgesamt drei europäische Flagship-Re-Openings in 90 Tagen.

„Der Flagship-Store in der Schadowstraße 77 bildet den Auftakt unserer Re-Opening-Serie. Denn hier ist auch unser europäisches Headquarter ansässig – und darüber hinaus ist Düsseldorf natürlich eine der großen europäischen Modemetropolen“, so Eva Ziegler.

Im Innenbereich des umgebauten Gebäudes finden Fashion-Begeisterte auf insgesamt vier Etagen moderne Styles für jeden Anlass. Von zeitlosen, qualitativ hochwertigen Basics bis zur neuesten casual C&A Kollektion. Die großzügig angelegte Store-Fläche im modernen Ladenbaustil lässt ein neues C&A Einkaufserlebnis entstehen. Zusätzlich wird das pur gehaltene Ambiente in der jüngeren Clockhouse World durch ein perfekt abgestimmtes Licht-, Musik- und Videokonzept abgerundet.

Die Click & Collect-Lounge

Erstmals für Deutschland präsentiert C&A im Düsseldorfer Flagship-Store die Click & Collect-Lounge. Kunden können dort im integrierten Lounge-Bereich das gesamte C&A Onlinesortiment direkt in den Store vor Ort bestellen und abholen. Damit verbindet das Modeunternehmen das Offline- mit dem Online-Markenerlebnis und baut seine Multichannel-Strategie weiter aus. ◆