

Schwitzke gestaltet neuen Douglas Flagship Store in Berlin

Gemeinsam mit dem Douglas Store Experience-Team entwickelte Schwitzke & Partner das Design sämtlicher Service- und Sonderbereiche des Flagship Stores, um die Filiale zu einem echten Erlebnisort für individuelle Schönheit zu machen.

Am Mittwoch, 30. Oktober 2019 eröffnete Douglas, einer der führenden Premium-Beauty-Händler Europas, seinen Flagship Store in Berlin wieder. Für die Neugestaltung der etwa 1.000 Quadratmeter großen Filiale Unter den Linden entwickelte das Düsseldorfer Architekturbüro Schwitzke & Partner gemeinsam mit dem Douglas Store Experience-Team sämtliche Service- und Sonderbereiche. Neben einer Duftbar, speziellen Bereichen für Nischenmarken und Friseur-Services machen eine extra gestaltete Influencer Area sowie Anwendungsräume den zweigeschossigen Flagship Store zu einem echten Beauty-Erlebnisort. Mit dem Flagship Store in Berlin

führt Douglas seine Zukunftsstrategie #FORWARDBEAUTY konsequent fort und baut seine Position als erste Adresse für Beauty weiter aus. Die Service- und Sonderbereiche stützen dabei gezielt die Haltung des Händlers und ergänzen das breit aufgestellte Sortiment über das übliche Angebot eines Retailers hinaus. Während im Erdgeschoss vorwiegend dekorative Kosmetik und natürliche Hautpflege zu finden sind, liegt der Fokus im ersten Stock auf Damen- und Herrendüften, hochwertiger Skin Care sowie Service und Erlebnis. So entwickelte Schwitzke & Partner den zentralen Beauty Table weiter zu einer Nail & Blow Dry Bar, an der Kundinnen

eine Maniküre oder ein Fresh-up von Frisur und Make-up genießen können. Eine Niche Brand Corner in kräftigem Safranrot präsentiert außergewöhnliche Parfum-Marken im angemessen luxuriösen Ambiente. An der Duftbar mit verspiegeltem Deckensegel können Kunden in Ruhe die von ihnen ausgewählten Parfums ausprobieren und sich exklusiv beraten lassen.

Die Influencer Area bietet digitalen Markenbotschaftern die Möglichkeit, sich zurückzuziehen und ihre Fotos oder Videos direkt im Store zu inszenieren und zu teilen.

Das Design der Bereiche greift ebenfalls die Premium-Ausrichtung von Douglas auf und setzt damit die



Alle Fotos: © Douglas / Paul Schwimweg

modern luxuriöse Gestaltung des Flagships Stores in Frankfurt auf der Zeil sowie die des Douglas PRO Stores in Hamburg fort. Pastellige, feminine Nuancen treffen auf spannende Kontraste aus Gewürztönen und Messing sowie Beton und Spiegelflächen. Geschwungene Formen wie gewellte Rückwände oder abgerundete Warenträger ergänzen eher klare grafische Linien in Deckenfeldern und Servicemöbeln. Nach der gemeinsamen Entwicklung des Formats Douglas PRO in Hamburg mit Fokus auf hochwertiger Hautpflege ist der Berliner Flagship Store die jüngste Kooperation von Douglas und Schwitzke & Partner.

„Wir freuen uns, dass wir mit dem wiedereröffneten Store an der Upper Eastside erfolgreich an die Zusammenarbeit mit dem Douglas Store Experience-Team anknüpfen können und damit Teil dieses einmaligen Projektes sind“, sagt Tina Jokisch, Geschäftsführerin Schwitzke & Partner und verantwortlich für das innarchitektonische Design der Service-Bereiche. ♦

