

Het nieuwe Men At Work is een magazine

09-09-2016 08:36



Nieuwe winkelconcepten van Nederlandse modeketens schieten als paddenstoelen uit de grond. Zagen we recent [WE Fashion](#) en [The Sting](#) al vernieuwen, nu is het de beurt aan Men At Work. "Start something", heet het nieuwe concept van de multibrandretailer.



START SOMETHING



Zaterdag is de officiële opening, maar Men At Work deelt alvast het nieuwe winkelconcept dat we in Gent kunnen aanschouwen. Daar opent de modeketen samen met Sissy-Boy, Skins Cosmetics en Le Pain Quotidien de deuren van het historische pand De Post aan de Korenmarkt, dat jarenlang als postkantoor fungeerde.



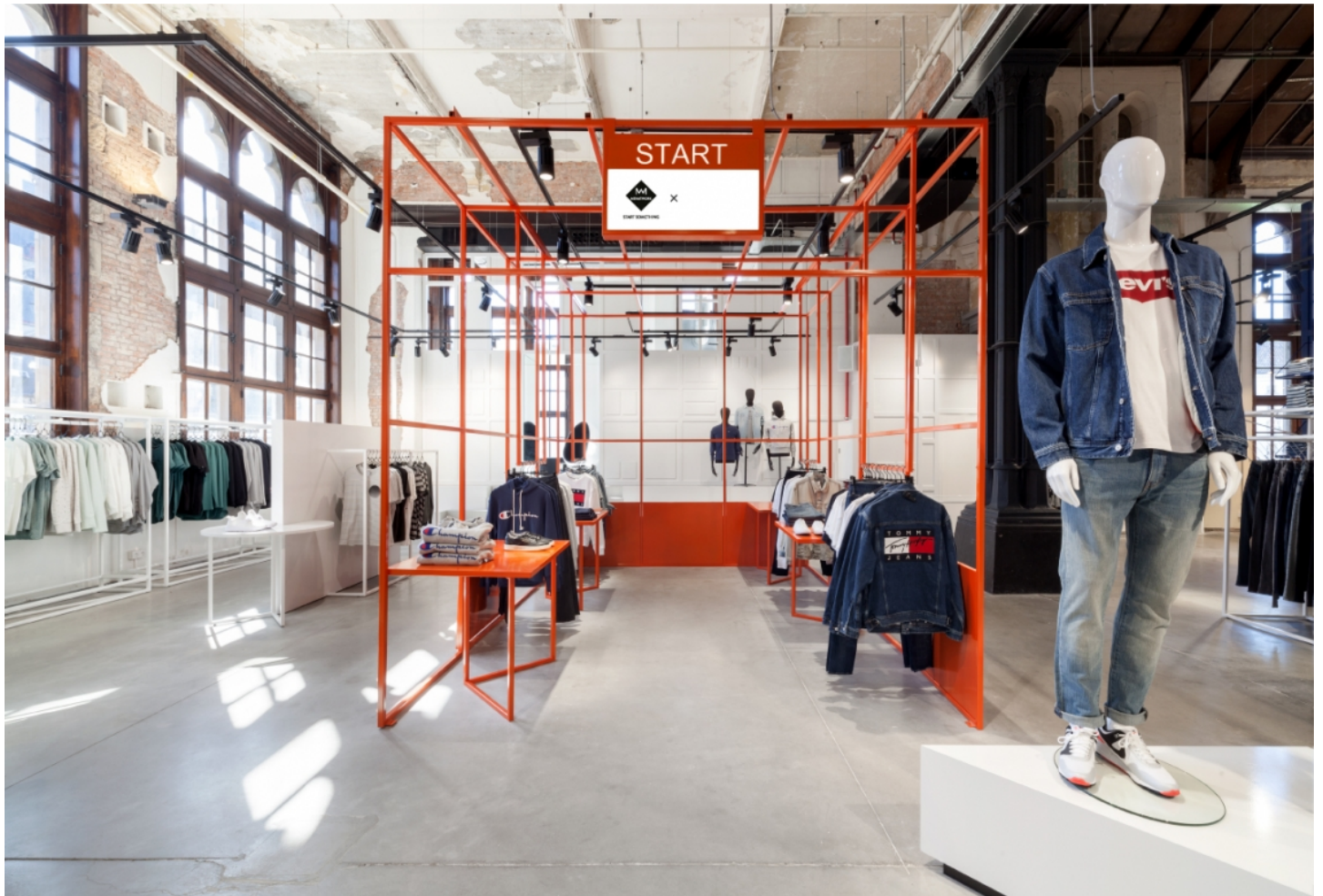


Het pand is na jarenlange leegstand grondig gerenoveerd. Men At Work heeft er de beschikking over 590 vierkante meter. Het nieuwe winkelconcept is volgens de retailer ontwikkeld vanuit de gedachte dat een winkel een magazine is waarin de content continue verandert. De herkenbaarheid blijft daarbij overeind door het handschrift en de lay-out.



START SOMETHING

De winkel wordt gekenmerkt door een rustige kleurstelling met een witte basis, ondersteund met een dun geometrisch lettertype. Zo wil de keten de gevoerde merken een optimale kans zichzelf te presenteren binnen de herkenbaarheid van de Men At Work omgeving. Daaronder zijn bekende merken als Levi's en Scotch & Soda, maar ook kleinere labels als Arkk en Kings of Indigo.



Men At Work wil een platform zijn voor creatieve samenwerkingen met ontwerpers, kunstenaars en onafhankelijke labels, waarbij inspiratie en beleving voor de consument centraal staan. Zo is er een oranje lab in de winkel, waar jonge talenten hun producten roulerend aan kunnen bieden.