Zo wil KaDeWe jonge shoppers trekken

17-11-2016 11:04



Als warenhuis is het altijd uitkijken dat je niet oubollig wordt. KaDeWe Group heeft daarom zijn Oberpollinger-warenhuis in MÃ¼nchen een drastische metamorfose gegeven. Althans, de kelderverdieping. Het doel: jonge, trendgevoelige shoppers in de winkel krijgen.





Het betonnen plafond met de kronkelende leidingen contrasteert scherp met het design op de vloer. Daar voeren grote sculpturen als presentatietafels en andere opvallende meubels de boventoon. Rechte rijen glanzende openen schappen staan op de gepolijste tegelvloer. Via een uitgebalanceerd palet van tinten geeft de 3600 vierkante meter grote ruimte extra diepte.



Naast het design is ook de collectie afgestemd op een jongere doelgroep. Merken als Opening Ceremony, Shinola en New Balance behoren tot het aanbod mannen- en vrouwenmode. Daarnaast zijn er secties voor kinderkleding, accessoires en cosmetica.



De winkel is gevestigd aan de Neuhauserstrasse in MÃ¼nchen. Voor het design werd samengewerkt met het Berlijnse bureau Gonzalez Haase.


DENIM