

## PRESSEMITTEILUNG

### **Grand Re-Opening am 7. September am Viktualienmarkt: GERRY WEBER stellt sein neues Store Konzept vor und feierte in großer Runde**

*Halle/Westfalen, 08.09.2022* Die Premiere für das neue Storekonzept und die Wiedereröffnung des Stores in München am Viktualienmarkt nahm das Team von GERRY WEBER Mittwochabend zum Anlass, mit Partner: innen, Medienvertreter: innen und Freund: innen gebührend zu feiern, ehe der Store am Morgen des 8. September für das Münchener Publikum eröffnet wurde.

Rund 120 Gäste durften Angelika Schindler-Obenhaus, Vorstandsvorsitzende und CEO, Anja Hecht-Meinhardt, Geschäftsführerin Retail und Tatjana Rothermundt, Head of Retail Experience, in den neu gestalteten Räumen begrüßen.

Angelika Schindler-Obenhaus: „Ich freue mich über die gelungene Premiere hier an diesem exponierten Standort. Das ist ein gutes Omen für die kommenden Neueröffnungen. Die Atmosphäre war fröhlich, unsere Gäste in Feierlaune und das Feedback zu unserem neuen Store durchweg positiv.“

Das moderne Store-Design überzeugt rund um den zentralen Community-Table mit hellen, warmen Farben, natürlichen Materialien, klaren Linien und einer aufgeräumten Warenpräsentation. Es kommt im Wesentlichen mit einer Farbe aus und präsentiert sich im monochromen Look.

Tatjana Rothermundt „Besonders hervorzuheben ist das Material Eisbuche, welches durch einen gezielten Alterungsprozess eine interessante Patina entwickelt und im Kontext von Stores bisher ungesehen ist.“

Hell und freundlich bei jeder Tages- und Jahreszeit, auch das gewährleistet der Store durch eine ausgeklügelte Beleuchtung für die Ware, die auf einem zwischen Boden und Decke verspannten Stangensystem aus ecru-farbigem Stahl oder auf cleanen, flexiblen Präsentationsflächen inszeniert wird. Neu gedacht wird auch die Lagerung der Ware, die in intelligenten Schränken direkt im Store integriert ist, so dass ein schneller Zugriff auf die passenden Größen ermöglicht wird. Die Fronten der Schränke sind dabei zugleich als Leuchtkästen gestaltet, die die GERRY WEBER Claims „SO GERRY“ und „GERRY & ME“ sowie aktuelle Kampagnenmotive abbilden. Gleichzeitig sorgt eine Inszenierung des „Look of the Week“ für immer neue Inspiration und lädt zum Wiederkommen ein.

Ist die Kundin fündig geworden, kann sie sich zwischen verschiedenen Umkleidekabinen entscheiden. Zum einen gibt es mehrere Kabinen, die frei schwebend direkt im Laden zur Wahl stehen. Zum anderen wartet der Store mit einem hellen und freundlichen Umkleidebereich auf, der mit großen, angenehm ausgeleuchteten Umkleiden sowie einer speziell für gemeinsame Shopping-Abenteuer zugeschnittenen „Freundinnen-Kabine“ ausgestattet ist. Alle Umkleiden sind zudem mit einem Smartphonehalter für gelungene Selfies ausgestattet, damit sich die Kundin direkt Feedback zum neuesten Shoppingfund

# GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

einholen kann. Das sorgt auch bei der Anprobe für einen hohen Wohlfühl- und Spaßfaktor. Für müde Shopping Queens oder deren Begleiter:innen stehen jederzeit viele Sitzgelegenheiten zum Relaxen bereit.

Im Umkleidebereich findet sich auch der „Digitale Concierge“, der nach weiteren Empfehlungen befragt werden kann. Überall im Store lassen sich darüber hinaus QR-Codes fotografieren, die weitere Looks direkt auf das Smartphone der Kundin schicken. Screens in den Schaufenstern und im Store selbst sowie Tablets, ermöglichen es, noch tiefer in die Marken- und Produktwelten einzutauchen und sorgen zudem für eine stärkere Verzahnung von Online- und Offline-Handel.

Auch das Thema Nachhaltigkeit spielt beim neuen Storekonzept eine wichtige Rolle. Die eingesetzten Textilstoffe für die Umkleiden und auch die Schichtstoffe der Warenträger sind nachhaltig. Zudem laufen die Kund:innen auf einem Bio-Boden ohne PVC und die Ware wird mit einer energiesparenden LED-Beleuchtung in Szene gesetzt. Auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten überzeugt das Storekonzept als markt- und roll-outfähige Lösung.

## **Über die GERRY-WEBER-Gruppe**

Die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle/Westfalen ist mit rund 2.100 Mitarbeitern weltweit eines der größten Mode- und Lifestyleunternehmen Europas. Das Unternehmen vertreibt weltweit trendorientierte Mode im Modern Classic Mainstream in 59 Ländern. Zur GERRY-WEBER-Gruppe gehören neben der gleichnamigen Marke GERRY WEBER die jüngere Marke TAIFUN und die Plus-Size-Marke SAMOON. Weiterführende Informationen finden Sie online unter: [www.gerryweber.com](http://www.gerryweber.com)

## **Pressekontakt**

Christina Herrmann

Head of Corporate Communications / Pressesprecherin

Tel.: +49 5201 185 320

Mobil: +49 1511 695 4935

Mail: [christina.herrmann@gerryweber.com](mailto:christina.herrmann@gerryweber.com)