

NORWEGEN

# Jünger als man denkt

**Die schwedische Bekleidungsmarke Kappahl hat ihren Flagshipstore in der norwegischen Hauptstadt Oslo in einem komplett neuen Storedesign wiedereröffnet.**

Das Besondere des neuen Konzepts ist, dass es explizit für die Zielgruppe der Kundinnen mittleren Alters kreiert wurde – eine bislang bei Storekonzepten zu wenig beachtete Altersgruppe, so die Storedesigner von Dalziel + Pow aus London, die die komplette neue Markenarchitektur entwarfen. Auch die Herren- und Kinderabteilung wurden auf dieses Käuferinnensegment abgestimmt. An der Spitze der Kundinnenwünsche stand das Kriterium „einfache Orientierung“.

Hierfür wurde die durchaus jugendlich-frische, skandinavisch-leicht in Weiß gehaltene Verkaufsfläche durch rechtwinklige Trennwände strukturiert und in einzelne „Räume“ unterteilt, um der Kundin einen Bummel über die Fläche und eine Abfolge von immer wieder neuen Eindrücken zu ermöglichen. Dieser Eindruck wird auch erzielt durch den Einsatz unterschiedlicher Oberflächenmaterialien. Es gibt Betonboden, Fliesenboden, weiß emailierte Metallelemente und Flächen aus hellem Holz. Einzig in der Wäscheabteilung wird auf den Kontrast mit „dramatischem“ Schwarz gesetzt.

Jugendlich-frisches Design für Kundinnen mittleren Alters

