

PRESSEMITTEILUNG

„Tamaris 2.0“ – Wortmann überrascht mit neuem Storekonzept Innovativer Ladenbau vereint funktionale Anforderungen mit neuen Kundenbedürfnissen

„We take women into different worlds again and again“ so lautet der Markenleitsatz des neuen „Tamaris Storekonzepts 2.0“, das gerade in vier verschiedenen Ländern seine Premiere feiert. Mit dem innovativen Facelift will Tamaris den veränderten Ansprüchen der Kundinnen am PoS gerecht werden und sie immer wieder aufs Neue überraschen und inspirieren. In den kommenden Tagen sind weitere Eröffnungen im In- und Ausland geplant. Eine sukzessive Umstellung auf das neue Storedesign erfolgt ab Herbst 2016. Spätestens dann kann sich jede Tamaris Kundin in eine neue Welt entführen lassen.

„Die Anforderungen unserer Kundinnen haben sich in den letzten Jahren spürbar verändert. Immer häufiger beeinflusst der Wohlfühlfaktor die Kaufentscheidung, denn der Wunsch nach Inspiration und Innovation im Store wird zunehmend größer. Tamaris 2.0 ist unsere Antwort auf eine kundenzentrierte und zukunftsweisende Kommunikation am PoS“, so Jens Beining, geschäftsführender Gesellschafter der Wortmann Schuh-Holding. Tamaris 2.0 ist das Ergebnis interdisziplinärer Workshops, in denen die gegenwärtige Positionierung der Marke mit den aktuellen Kundenansprüchen vereint wurde. Den Start des Projekts markierte ein internationales Store Scouting, bei dem das Projektteam aus internen Verantwortlichen und ausgewählten Storepartnern außerhalb der Schuhbranche nach innovativen Ideenansätzen suchte. Im Anschluss wurden die Inspirationen und Designs mit den funktionalen Anforderungen an den Ladenbau abgeglichen und für Tamaris optimiert. Mehr als ein Jahrzehnt Erfahrung in der Expansion der Systemflächen half den Beteiligten dabei, die eigenen „Stärken zu stärken“ und diese in Einklang mit einem neuen, zukunftsweisenden Design zu bringen.

Für die Planung und Umsetzung des Projekts zeichnete sich die Moysig Retail Design GmbH verantwortlich, die das Großprojekt von der ersten Ideenfindung bis zur Serienreife begleitet hat. Moysig ist mit den Anforderungen der Tamaris Stores vertraut. Vor über zehn Jahren entwickelte das Herforder Planungsbüro bereits die mit der CI korrespondierende Tamaris Systemfläche, welche die Paarschachtel in die Ausstattung integrierte. Das innovative Storekonzept 2.0 greift die erfolgreichen Elemente aus dem bekannten Ladenbau auf, berücksichtigt dabei aber die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kundinnen. Wie Tamaris diese Gratwanderung meistert, stellen die ersten Prototypen in Bochum, Wismar, Innsbruck, St. Pölten, Esch-sur-Alzette und Prag unter Beweis.

Aus alt macht neu – Bühne frei für Looks und Themen

Eleganter, femininer, inspirierender – „Tamaris 2.0“ ist gekennzeichnet durch eine warme Farb- und Formensprache, die mit deutlich mehr Emotionen behaftet ist. Mit dem neuen Storekonzept entführt Tamaris die Kundinnen immer wieder in andere Welten. Die Bandbreite der Marke wird künftig durch unterschiedliche Bereiche präsentiert, die die Eigenschaften modebewusster Frauen widerspiegeln. Ob urbane Styles mit modernen Mustern, verspielte Details in pudrigen Tönen oder zeitgemäßes Interieur aus Holz und Metall – die neu gestalteten Themenwelten machen den Gang durch den Laden deutlich spannender und gewährleisten, dass sich alle Frauentypen im Store wiederfinden.

PRESSEMITTEILUNG

Auch der praktische Anspruch wird nicht vernachlässigt. Gleich bleiben die funktionalen Shuffleboards, die weiterhin durch ihre effiziente Warenbestückung auf der Verkaufsfläche punkten. Im Vergleich zum alten Konzept liegt das Augenmerk jedoch deutlich stärker auf der Präsentation von Looks und Themen. Die Gondeln im Mittelraum ermöglichen eine flexible Inszenierung von Produktfamilien, die immer wieder modisch inspirieren. Die ergänzenden Look-Spiegel sind ein Beispiel modernster POS-Kommunikation. Beim Blick in den Spiegel wird die Kundin durch flankierende Looks und passende Accessoires direkt für neue Produkte begeistert. Das Highlight im Mittelraum bildet der champagnerfarbene Fashion Table aus gerundetem Metall, der den modischen Key-Looks aus der Marketingkampagne eine völlig neue Bühne gibt. Ergänzend dazu sorgen großformatige Screens für eine digital verlängerte Produktinszenierung.

Die HD Company GmbH mit Sitz in Moers gehört zu den Systempartnern der ersten Stunde und betreibt im Ruhrgebiet bereits mehrere Tamaris Stores. Mit der Eröffnung des Bochumer Stores gehört Geschäftsführer David Stoffele zu den ersten Fachhandelspartnern, die das neue Storekonzept mit Tamaris umsetzen. Von den Veränderungen ist er überzeugt: „Tamaris 2.0 ist freundlicher, wärmer und femininer, was die Verweildauer der Kundin erhöhen wird! Die neuen Warenträger schaffen eine perfekte Verbindung von Schuhen und Accessoires und auch der Kassbereich wirkt nicht so technisch wie zuvor. Am meisten freuen wir uns aber auf die neuen Probiermöbel, die sich im Laden toll in Szene setzen. So wird die Kundin auf ein Neues ‚tamarisiert‘!“ Gemeint sind die beiden zentralen Sitzbereiche, die auf die Schaffung von Wohlfühleffekten abzielen. Auf hexagonalen Sitzen bietet „Take a seat“ die Möglichkeit der schnellen Anprobe im Geschäft, während „My place“ im hinteren Bereich des Stores für das „privatere“ Anprobieren - samt Ablage für Kartons und Handtasche - geeignet ist. Den Abschluss des neuen Einkaufserlebnisses bildet die Kasse, die optisch an eine Bar erinnert. Service und Beratung werden hier großgeschrieben. „Die Kundin soll sich bei Tamaris eingeladen fühlen und zum Verweilen oder Wiederkommen angeregt werden“, so Jens Beining. Nach den Eröffnungen der ersten Prototypen, soll ab Herbst 2016 eine sukzessive Umstellung auf „Tamaris 2.0“ erfolgen

Pressekontakt:

Herr Jens Beining

Geschäftsführender Gesellschafter der Wortmann Schuh-Holding KG

Phone: +49 (0) 52 31 / 605 - 00

Fax: +49 (0) 52 31 / 605 - 236

E-Mail: jens.beining@wortmann.com