

Michelgroup designt die neue Manor «Men's and Sports»-Etage

Das neue «Men's Fashion and Shoes»- und «Sport»-Geschoss im Manor-Flagship in Genf macht seinem einzigartigen Standort alle Ehre. Auf über 3000 Quadratmetern entwickelte die Manor AG gemeinsam mit dem Architektur- und Innenarchitekturbüro Michelgroup eine starke Manor-Dachmarke mit einer grosszügigen Auswahl bekannter Marken wie Nike, Marc O'Polo, Diesel, Strellson und vielen mehr.

Text: **Barbara Leonard, Michelgroup, Zürich** | Fotos: **zvg**

Eine zeitgemässe Komposition aller Produkte einer Herren-Welt auf einem Geschoss, von Accessoires und Schuhen, über Stammfashion und Modemarken bis hin zu Uhren-Schmuck-Satelliten bietet eine ganzheitliche Produktwelt für den Mann. Die Nachbarschaft zur Sportabteilung mit Produkten von Outdoor bis Yoga sowie zu einem 530 Quadratmeter grossen Nike-Shop runden die Sortimente der Etage ab. Eine klare architektonische Manor-Klammer über alle Warenbereiche – Men's Formal, Casual, Contemporary, Shoes und der Sportabteilung – ermöglicht



jedem Sortiment ein eigenes «Look and Feel» und präsentiert die Ware im passenden emotionalen Umfeld. Besonderheiten wie die offene Multi-Label-Contemporary-Fläche, eine kompetente Jeans-Wand und die 32 Meter lange Rückwand für die Stammsortimente Hosen, Pullover, Shirts «highlighten» sowohl Sortimentsbesonderheiten und bilden architektonische Blickfänge.

«Natürlich, ehrlich und klar» waren die Schlagworte, die der neuen Gestaltung zugrunde lagen. Der Eichenholzboden mit Dielen in unterschiedlichen Farbnuancen charakterisiert mit deren sauberen, stilsicheren Details die natürliche und grosszügige Atmosphäre. Materialfinessen wie Raumteiler aus gesprungenem Glas oder die Lamellendecke aus Aluminium geben allen Sortimenten einen modernen Touch.

«Die kreative Energie, welche Michelgroup in unsere Zusammenarbeit einfliessen liess, insbesondere in den für unseren Erfolg wichtigen Bereichen Strategie und Design, schätzen wir sehr. Die neugestalteten Herrenmode- und Sport-Abteilungen haben unsere Erwartungen weit übertroffen. Das entstandene Konzept definiert durch die hervorgehobenen Produktaussagen klar eine starke Manor-Identität», lobt Riccardo Fardo, Director Store Factory, die Zusammenarbeit mit der Michelgroup.

Das Lob und die Wertschätzung sind gegenseitig. So sagt Wolfgang Michel, Owner and CEO der Michelgroup, über das Manor-Team: «Wir sind erfreut und geehrt, dass wir die Gelegenheit einer erneuten Zusammenarbeit mit dem Manor-Team hatten, um gemeinsam dieses besondere Konzept zu entwickeln. Beide Bereiche – die Herrenmode wie auch die Sportabteilung für Damen und Herren – sind ein Wachstumsmarkt. Durch eine einfache Kundenführung, klare Produktaussagen sowie ein emotionales Umfeld wird der Kundenbesuch zu einem komfortablen und spannenden Erlebnis.»



Michelgroup

Seit über 40 Jahren entwickelt und designt Michelgroup internationale Projekte mit Schwerpunkt auf Retail und Verkaufsflächen. Die Kernkompetenzen des Unternehmens sind Strategische Beratung, Architektur, Innenarchitektur sowie Projektmanagement. Das Michelgroup-Team verfügt über jahrelange Erfahrung in der Planung und Gestaltung von Department Stores, Fashion Stores, Retail Brand Specialty Stores, Hospitality- und Shoppingzentren auf dem deutschen sowie auf dem internationalen Markt. Die Kunden von Michelgroup sind u.a. El Corte Inglés in Spanien, Beymen in Istanbul, SRV in Helsinki, Manor Department Stores in der Schweiz, The Circle am Züricher Flughafen und de Bijenkorf in Amsterdam.

michelgroup.eu