

marketing berater  
**mb**

# BTE-Magazin für den Modehandel

# Kenny S.





Im KaDeWe  
lässt sich nun  
gemütlich  
in Schuhen  
schwelgen.

## Luxus-Loft für Schuhe & Co.

■ Für viele Frauen dürfte es sich anfühlen wie das Erreichen des Paradieses, wenn sie im Berliner KaDeWe die neu gestaltete dritte Etage erreichen. Dort, wo früher Heimtextilien dominierten, finden sich jetzt Schuhe, Lederwaren, Accessoires und feine Damenlingerie so weit das Auge reicht, darunter Krokopumps mit Plateau von Fendi oder offene Stilettos aus Veloursleder mit Strass von Jimmy Choo. „Ein sensationelles, überraschendes Konzept“ – so lautete die Vorgabe von Ursula Viekötter, Geschäftsführerin des Luxuskaufhauses, für den Umbau der 6.000 qm großen Fläche. Seit Wiedereröffnung Ende September präsentiert sich diese wie eine Hommage an die Eleganz der Department-Stores vergangener Tage. Unter dem Titel 'The Loft' kreierte das Büro Interstore Design gemeinsam mit Dioma Visual Marketing, beide Zürich, dieses Mekka der Verführung.

The Loft ist ein offener Raum mit hellem Sandstein-Boden. Leitidee war es, eine edle, dennoch flexible Warenpräsentation zu schaffen, die immer wieder von gemütlichen Lounge-Ensembles unterbrochen wird. Beige Ledersessel neben einem dunklen Nappaledersofa, dazu eine Lampe aus glänzendem Metall auf einem Teakholztischchen – das könnte ein zweites Zuhause werden. Passend dazu zeigt sich die Farbwelt warm und harmonisch. Abgehängte Deckensegel sind mit künstlerisch abstraktem Stuck versehen und verbinden Tradition und Moderne. Zarte Warenpräsentier im Vintage-Look stehen auf einem soften Designerteppich mit barocken Ornamenten. Für Highlight-Inszenierungen werden handverlesene Vitrinen eingesetzt, die Schuhe wie kostbare Kunstwerke wirken lassen. Geschickt platzierte Spiegel vergrößern derweil den Raum optisch ins scheinbar Unendliche. SH