



...st als Verkaufshilfe

...in Taiwan seinen weltweit größten Store eröffnet

Für Dior ist die Eröffnung des neuen Flagship-Stores in Taipeh ein Signal. Die Marke setzt seit Jahren auf den asiatischen Markt. Taiwan heizt den globalen Luxus-Boom an, vor allem dank der stetig steigenden Zahl chinesischer Besucher.

kt, dass ein französisches Mode-nehmen seinen größten Laden in en würde, irrt. Christian Diors ßste Filiale, von über 240 insgene jetzt in der taiwanischen Taipeh. Sie ist mit 1800 m² mehr so groß wie der historische Flag-on Dior in der Avenue Montaigne

rchitekt Peter Marino gestaltete er Shopping-Mall Taipei 101 er über zwei Etagen. Er präsentiert

in verschiedenen Salons Taschen und Schuhe, Prêt-à-Porter, Uhren und Schmuck. Für echtschmuck gibt es einen eigenen Vip-Room. Das Interieur verbindet traditionelle französische Elemente aus dem 18. Jahrhundert mit modernen. Dior hatte mehrere zeitgenössische Künstler beauftragt, darunter Elizabeth Garouste, Claude Lalanne und Oyoram. Sie sollten Kunstwerke und Einrichtungsgegenstände entwerfen, die ihre Vision von Dior ausdrücken. Diverse Möbelstücke in den einzelnen Salons, aber

auch eine Video-Installation, die an einer Treppe mit Geländer aus Schmiedeeisen entlangläuft, sind das Ergebnis.

Laut CEO Sidney Toledano, mit dem Dior 2011 nach einem Plus von 21% seine erste Umsatz-Milliarde erreichte, ist Asien seit Jahren die wichtigste Wachstumsquelle. Ihm zufolge werden dem Flaggschiff in Taipeh noch weitere und noch größere Läden in der Asien-Pazifik-Region folgen. ■ GO



ntersport-Kunde entscheidet über die Provision

aufsverbund plant für seinem Online-Shop ein ungewöhnliches Provisionsmodell

hat Details zu seiner geplanten erce-Plattform bekanntgegeben. des Merkmal ist ein ungewöhnlich-ionmodell: Während andere Verne ihre Händler nach einem Post-Modell an den Umsätzen beteilieim Online-Shop von Intersport darüber entscheiden, welcher ie Verkaufsprovision erhält. Dazu s einer Händlerliste einen statio-sport-Partner in seiner Nähe aus, estellprozess um mehrere Klicks Händler, die spezielle Produkte igenen Bestand auf der Plattform ekommen den kompletten Kaufeschrieben. Sie müssen sich dann m den Versand und die Retouren-; der Bestellungen kümmern. Bei

allen anderen Artikel ist ein noch zu bestimmender Dienstleister für Logistik und Fulfillment verantwortlich. Dieser wird die Ware aus einem separaten Lager aus versenden, dessen Standort noch nicht feststeht. Die Filial-Logistik ist weiterhin am Hauptsitz Heilbronn angesiedelt.

Für das Online-Geschäft wird eine eigenständige Gesellschaft gegründet. In der Geschäftsführung werden die Intersport-Vorstände Klaus Jost und Kim Roether sitzen. Ein dritter Geschäftsführer soll das operative Geschäft verantworten.

Im Sinne eines eines Multichannel-Ansatzes können die Kunden die online bestellten Produkte in den Intersport-Filialen abholen und retournieren. Zudem besteht die Möglichkeit, im Store Online-Bestellungen aufzuge-

ben. Über die Höhe der Versandkosten macht Intersport keine Angaben. Die Preise richteten sich unter anderem nach der Kategorie der Artikel. Zudem würden sie als „Marketing-Instrument unterschiedlich eingesetzt“.

Das Shop-Angebot umfasst die vier Kernsegmente Running, Outdoor, Winter und Fitness. Zusätzlich werden laut Intersport „alle wesentlichen Produktgruppen und Kategorien“ abgedeckt. Zum Start soll es rund 20 000 Artikel geben, die in verschiedenen Farben und Größen verkauft werden.

Die Intersport-Mitglieder haben das Multichannel-Konzept vergangene Woche auf einer Generalversammlung in Heilbronn mit deutlicher Mehrheit gebilligt. Demnach soll die Plattform 2013 starten. ■ BR

Helle Mitte will hoch hinaus

Europas größter Indoor-Hochseilgarten soll Shopping-Center beleben

Das Berliner Einkaufszentrum Helle Mitte im Stadtbezirk Marzahn-Hellersdorf soll in den kommenden Jahren neu strukturiert werden. Derzeit wird ein Teil des Multiplex-Kinos Cinestar umgebaut, das zum Center gehört. Dort soll „Europas größter Indoor-Hochseilgarten“ entstehen.

Dieser erstreckt sich auf fast 4000 m² Grundfläche und eine Höhe von mehr als 20 Metern bzw. sechs Stockwerke. Das Investitionsvolumen beziffert der Eigentümer Mega 4 Management auf 2 Mill. Euro. Das Projekt soll dem zum Komplex gehörenden Shopping-Center, das über eine Verkaufsfläche von 70000 m² und etwa 260 Mietern verfügt, einen neuen Schub geben.

„Die Helle Mitte befindet sich seit 2005 in einem Prozess der permanenten Restrukturierung“, erklärt Center-Manager Sören Sy-

dow. Als Gründe nennt er „konzeptionelle Defizite in der Anfangskonstellation“ und erhebliche Veränderungen bei den Rahmenbedingungen, insbesondere in Bezug auf Wettbewerb, Markt und soziodemografische Entwicklung. Das reguläre Auslaufen des Cinestar-Mietvertrages im Herbst dieses Jahres sei „ein lebenswichtiger Scheidepunkt im Lebenszyklus der Helle Mitte.“

In den vergangenen Jahren hatte Sydow gegen die stetige Fluktuation und den zunehmenden Leerstand zu kämpfen. Das Klettererlebnis namens Berg Werk Berlin soll künftig mehr Besucher und Touristen in das Center locken. Zu den Hauptmietern des 1997 eröffneten Gebäude-Ensembles Helle Mitte gehören unter anderem Baby Walz, Woolworth, Kik, Chelsea, Deichmann, New Yorker, Schuhhof und Ernsting's family. ■ KI



Eine Computersimulation zeigt, wie der geplante Hochseilgarten aussehen soll. Er ist sechs Etagen hoch und hat eine Grundfläche von fast 4000 m².

Baur überdenkt Kaufhauskonzept

Das Versandhaus Baur stellt sein regionales Warenhaus Kaufwelt Baur auf den Prüfstand. „Die Planzahlen wurden in den vergangenen Monaten nicht durchgängig erreicht. Aus diesem Grund prüft die Geschäftsführung der Baur-Gruppe derzeit mehrere, sehr unterschiedliche Konzepte für die Zukunft des Hauses“, teilte ein Sprecher der Otto-Tochter mit. Die Entscheidung werde spätestens im Sommer bekannt gegeben.

Die Kaufwelt Baur befindet sich im oberfränkischen Altenkunstadt in der Nähe der Baur-Zentrale in Burgkunstadt. Das Haus wurde 2009 für rund 3 Mill. Euro umgebaut und vom Versandgeschäft abgekoppelt. „Die Kaufwelt war früher ein Katalog zum Anfassen. Heute hat sie ein eigenständiges Sortiment“, erklärte Baur-Chef Marc Opelt 2011 gegenüber der Textilwirtschaft. ■ BR

Aus für Hanse-Carree in Herford

In Herford (65000 Einwohner) ist zum wiederholten Mal die Entwicklung einer früheren Kaufhof-Immobilie zum Einkaufszentrum gescheitert. Das hat die Stadtverwaltung bekanntgegeben. Seit Mai 2010 hatte die Unternehmensgruppe Gundlach-Bau aus Hannover zusammen mit einem Herforder Architekten versucht, für das Objekt in ib-Lage ein wirtschaftlich tragfähiges Konzept zu entwickeln und Mieter für die rund 8000 m² Verkaufsfläche zu finden. Nach Angaben von Herfords Bürgermeister Bruno Wollbrink ist das Hanse-Carree genannte Projekt jetzt gestorben, nachdem zwei große Mieter abgesagt hätten. Die Immobilie steht seit etwa zwölf Jahren leer, vor zwei Jahren hat die Stadt das Areal für rund 3 Mill. Euro gekauft. Die Stadt favorisiert an diesem Standort weiterhin Einzelhandel. ■ ME

UNTERNEHMEN

Decathlon expandiert weiter

Der französische Sportartikel-Filialist Decathlon bleibt auf Expansionskurs in Deutschland. Am 14. Juni eröffnet die Tochter der französischen Oxlane-Gruppe eine Filiale in Dessau (Sachsen-Anhalt) und damit ihren ersten Store in Ostdeutschland. Zurzeit betreibt Decathlon 14 Filialen in sieben Bundesländern. Ebenfalls im Sommer will der Sportartikelhändler neue Stores in Hagen sowie in Essen starten. ■ BM

Next stoppt Expansion

Next wird vorerst keine weiteren Stores in Deutschland eröffnen. Der Dresdner Laden läuft weiter. Wie der britische Modekonzern mitteilte, soll die Auslandsexpansion hauptsächlich im Online-Geschäft stattfinden. Die dafür zuständige Tochtergesellschaft Next Director hat im Geschäftsjahr 2011/12 (31.1.) ihren Umsatz im Vorjahresvergleich mehr als verdreifacht, und zwar von 10 Mill. Pfund auf 33 Mill. Pfund (39,5 Mill. Euro). Der Gesamtkonzern hat seinen Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr um 4,3 % auf 3,4 Mrd. Pfund (4,08 Mrd. Euro) gesteigert. Der Betriebsgewinn erhöhte sich um 5,6 % auf 599 Mill. Pfund. ■ ED

Patrizia Pepe-Store in Berlin

Das Florentiner Modehaus Patrizia Pepe eröffnet im Spätsommer 2012 den dritten Store in Deutschland. Das neue Ladenlokal befindet sich am Berliner Kurfürstendamm 216 und hat eine Verkaufsfläche von 200 m². Bislang wird die Immobilie von Douglas genutzt. Patrizia Pepe ist aktuell in Deutschland mit zwei in Eigenregie betriebenen Stores in Nürnberg und München vertreten. ■ KI

Lascana by Michalsky ist da

Der Multichannel-Händler Lascana aus dem Hause Otto Group hat die Designer-Bademode-Linie „Lascana by Michalsky“ im Netz und in den Läden gelauncht. Zum Verkaufsstart umfasste das Angebot 35 Modelle zu VK-Preisen ab 32,99 Euro für ein Bikini-Top sowie limitierte Metallic-Monokinis zum VK-Preis von 149 Euro. ■ LB

Fraas eröffnet in Dresden

Der Accessoires-Anbieter Fraas eröffnet am 5. April im Quartier 8 in Dresden einen in Eigenregie betriebenen Laden. Auf einer Verkaufsfläche von 53 m² wird die gesamte Produktwelt präsentiert. Neben den Läden in Lüneburg, Kiel und Berlin ist dies der vierte eigene Laden des Accessoires-Spezialisten. Für 2012 seien keine weiteren Neueröffnungen geplant. Nach eigenen Angaben werde die Marke deutschlandweit von 2000 Händlern geführt. 2011 wurde weltweit ein Umsatz von 70 Mill. erzielt. ■ KI