

JACK WOLFSKIN eröffnet seinen ersten Store in den Niederlanden

- Die Niederlande sind ein wichtiger Markt für das weitere Wachstum der Marke
- Der Store steht unter dem neuen Claim „We Live to Discover“ und stellt das Entdecken und gemeinsame Outdoor-Erlebnisse in den Vordergrund
- Das Storekonzept setzt neue Maßstäbe in Sachen Nachhaltigkeit und Design

Am 5. Mai eröffnet JACK WOLFSKIN seinen ersten Store in den Niederlanden an der Oude Gracht 157 in Utrecht. Auf einer Verkaufsfläche von über 170 m² präsentiert das Outdoor-Unternehmen seine Kollektionen mit den Schwerpunkten Wetterschutz und Biking. Der Store macht die neue Ausrichtung der Marke, lebenslanges Entdecken und die Freude an gemeinsamen Outdoor-Abenteuern, durch ausdrucksstarke Motive und authentische Geschichten unmittelbar erlebbar. Mit einem nachhaltigen und minimalistischen Design und einer innovativen technischen Ausstattung schafft JACK WOLFSKIN ein einzigartiges Kundenerlebnis für alle Outdoor-Enthusiasten..

Durch die neue Warenpräsentation gibt JACK WOLFSKIN den Produkten und ihren Funktionen mehr Sichtbarkeit. Imposante große Grafiken setzen die Kollektionen im entsprechenden Umfeld in Szene und unterstützen so das Storytelling der Marke. Bilder von Koordinatensystemen und umfassende Produktinformationen greifen die für JACK WOLFSKIN zentralen Themen Technologie und Innovation auf. Die sogenannte „Engineered Wall“ vermittelt die Design-Philosophie „Engineered in Germany. Proven in the Wild.“ und den Anspruch des Unternehmens an Performance, Zuverlässigkeit und Nachhaltigkeit. Die Wand dient als Hommage an die deutsche Ingenieurskunst sowie an die Performance der JACK WOLFSKIN Produkte, die von dem eigenen Discovery-Team unter den extremsten Bedingungen getestet wurden. Eine Community-Area im Zentrum des Stores dient als Treffpunkt für Austausch und zur Information. So möchte JACK WOLFSKIN seinen Kund*innen den bestmöglichen Service bieten und seine Community auch im Store stärken. Regelmäßige Design-Aktualisierungen für neue Kollektionen und Saisons sorgen bei jedem Store-Besuch für ein neues Erlebnis.

„Wir freuen uns sehr über die Eröffnung unseres ersten und innovativen Stores in den Niederlanden, der unsere Marke, das Thema Outdoor und die Freude am Entdecken intensiv erlebbar macht. Er ist richtungsweisend für die Art und Weise, wie wir JACK WOLFSKIN zukünftig im Storebereich präsentieren wollen. Nach unseren Erfolgen in anderen Regionen, wie beispielsweise in Benelux, sehen wir in Holland mit seiner großartigen Natur und den dort sehr aktiven Menschen ein großes Wachstumspotenzial für JACK WOLFSKIN. Wir bieten ihnen mit unserem Store in Utrecht mit deutscher Ingenieurskunst entwickelte Performance-Outdoor-Bekleidung, um bei jedem Wetter im Freien und in der Natur aktiv zu sein“, sagte Richard Collier, CEO von JACK WOLFSKIN.

Über ein Tablet können die Kund*innen auch im Store den gesamten Online-Service von JACK WOLFSKIN nutzen. Es ist möglich, alle Artikel online in den Markt oder nach Hause zu bestellen.

Zudem hat JACK WOLFSKIN das Nachhaltigkeitskonzept seiner Stores umfassend weiterentwickelt. Ein umweltfreundliches LED-Lichtsystem sorgt für eine bessere CO₂-Bilanz des Stores. Für die Möbel im Store wird bevorzugt Holz als besonders nachhaltiges und schadstoffarmes Material eingesetzt. Alle Instore-Grafiken sind TexBlue[®]-zertifiziert und aus Fasern hergestellt, die aus Plastikabfällen aus dem Meer und von Küsten produziert wurden. Auch die Mannequins sind die nachhaltigsten auf dem Markt und bestehen aus leichtem Pappmaché und recyceltem Kunststoff. Die Kleiderbügel bestehen aus einem Gemisch aus Gras und recyceltem Plastik. Bei ihrer Herstellung werden 64 Prozent CO₂ im Vergleich zu einem herkömmlichen Bügel eingespart. Das flexible Ladenbausystem bietet die Möglichkeit, alle Bereiche nach Belieben anzupassen und das Gesamtbild des Stores regelmäßig und spürbar zu verändern.

