

## STORES OF THE YEAR 2009



Der Laudator Wolf Jochen Schulte-Hillen

### **Douglas Beauty Welt Dortmund**

anlässlich der Verleihung

### **Stores of the Year 2009 am 2. April 2009 in Berlin**

Die Kategorie ‚Out of Line‘ hat zunächst eine kontroverse Diskussion in der Jury ausgelöst.

Ein innovatives „Guerilla Store Konzept“ im Mobilfunkmarkt der Deutschen Telekom das der Markenbildung dient hat ebenso einen Preis verdient wie ein spannendes neues multifunktionales

- nenne das mal Fusion Nischenkonzept - im Cafe - Shoppingbereich für Entdecker und Genießer.

Alle drei Konzepte standen stark im Wettbewerb zueinander.

Leider war der Telekom Shop nicht der erste „Guerilla Store, sondern eine gut gelungene Weiterentwicklung des „The Phone Haus Nagelstudio –Stores“ vor einem Jahr in Köln und Faun – eine Destination für Entdecker und Genießer der Douglas Beautywelt in Dortmund letztlich nicht gewachsen.

Hat der Beauty Gott sich ausgerechnet Dortmund als Standort ausgesucht?

Ein gelungener Versuch, der sicherlich bald auf die anderen Städte in denen es klassische Kosmetikgeschäfte gibt, ausgerollt wird.

Ein Kosmetiktempel der zum Schwärmen verführt.

Ein Store der es leicht mit Colette Paris, Sephora, Space NK in London oder Aedes de Venustas in NYC's Christopher Street, Hautnah in München und anderen Multibrandstores weltweit aufnehmen kann

Dazu Douglas: ein Name des führenden deutschen, ja europäischen Kosmetik- und Duftlabels.

Was ist besonders an dem Douglas Store, der hier prämiert ist?

Er ist keine klassische Parfümerie mehr, sondern eben der Beauty -Verwöhntempel von dem ich oben sprach.

Er beinhaltet alle Kriterien der Jury die eingefordert wurden mit dem Prädikat ‚sehr gut‘.

## **Das Produkt**

Die Produktvielfalt – die können auch viele andere auch liefern.

Neben vielen hochpreisigen Produkten findet man auch gängige Sortimente sowie Eigenmarken.

Douglas möchte bei allem Glamour im Auftritt für viele Kundenschichten attraktiv sein.

Aber die Komposition der Produkte, das Merchandising sind schon einzigartig.

## **Der Service:**

Es gibt einen Kundenbeirat. 12 sogenannte „Gourmet Kunden“ - die bei der Umplanung und weiteren Planungen zu Rate gezogen werden - die als langjährige Kunden Ihre persönlichen Wünsche bei der äußern.

Alle Mitarbeiter sind natürlich perfekt geschult.

Frau Wollek, seit vielen Jahren bewährte Filialeiterin hat Ihre Mitarbeiter bestens „im Griff“.

Selbst einen 7 Sprachen sprechenden Greeter beschäftigt das Haus, und somit die multikulturellen Besucher der Stadt Ansprüche befriedigen kann.

Neben einem luxuriösen Spa Angebot im Obergeschoss gibt Lieferservice und persönliche Beratung auch außerhalb der für Jedermann zugänglichen Geschäftsräume.

## **Die Kommunikation:**

Der Store als solcher kommuniziert schon allein.

Die Krüger Stadtpalais Fassade des 20. Jahrhunderts und der offene Einblick in den Store wirkt wie ein Sog.

Man fühlt sich förmlich in den Store hineingezogen.

Nein, kein gewöhnlicher Parfum oder Kosmetik Store.

Man betritt eine in verschiedene Räume aufgeteilte Wohnzimmeratmosphäre mit wechselndem Farb- und Formenspiel.

Räume mit Einflüssen aus London, Berlin, Dubai, New York schaffen anregende Spannung.

Die Wohlfühlatmosphäre die den Besucher neugierig und unweigerlich zum Kunden macht.

Geschickt ist der vierte Raum gestaltet, der mit viel Licht, hellen Naturtönen und in aqua-farbigen Mosaiken ein Aquarium aufnimmt

Die Mund zu Mund Propaganda schafft zunehmenden Kundenlauf der sich in den positiven Steigerungen der Umsätze niederschlägt.

Nach dem Erfolg von Hüssel der Douglas Gruppe vor einigen Jahren ist auch hier der Beweis gelungen, dass große Filialisten zu außerordentlichen Leistungen in der Lage sind und dafür zu Recht den Sieg in der Kategorie Out of the Line verdient haben.

Die Marke Douglas hört nicht auf zu ‚strahlen‘.

Ich gratuliere auch im Namen des Veranstalters, der Jury ganz besonders den Motoren der Umsetzung, der Filialeiterin Frau Wollek, der Bereichsleiterin Frau Grabe, dem Architektenteam Schwitzke und Partner und vor allem dem Vorstand und der Geschäftsleitung der Douglas AG, Herrn Dr. Kreke und Herrn Unkel die diese Leistung erst möglich gemacht haben und den unternehmerischen Mut zum Fortschritt bewiesen haben.

Wolf Jochen Schulte Hillen

[www.shselection.com](http://www.shselection.com)