

Press Information

28 november 2013

Ref.: 4233

Nieuwe shoppingervaring in Antwerpse flagshipstore Hunkemöller dankzij Philips-verlichting



Een winkel die het shoppen voor lingerie een nieuwe multi-zintuiglijke dimensie geeft

Antwerpen (België) – Een etalage die de voorbijgangers uitdaagt en aantrekt... Die eventuele kopers charmeert en verleidt... Paskamers die zich schikken naar de noden van de klant... De nieuwe flagshipstore van Hunkemöller; een totaal nieuwe manier van shoppen in Antwerpen!

Door de samenwerking met Philips biedt de winkel van Hunkemöller in Antwerpen een multi-zintuiglijke ervaring die de consumenten inspireert en verleidt om een bezoek te brengen aan de winkel. Net daarom heeft het linteriemark Hunkemöller besloten om de etalage en experience paskamer aan Philips toe te vertrouwen.

Een interactieve etalage die een verhaal vertelt

Beeld je in dat je voorbij de etalage van de winkel stapt en dat die op je bezoek reageert. Het intelligente verlichtingssysteem detecteert je aanwezigheid. Het stelt je alle artikelen en accessoires in de etalage stuk voor stuk voor dankzij een subtiel spel van lichtspots. Op speciale op elkaar afgestemde schermen word je meegenomen in de belevingswereld van lingerie van het merk Hunkemöller.

Ook de voorbijganger die verderop in de straat aan het wandelen is, wordt op zijn beurt aangetrokken door een subtiel lichtspel en een aangepaste scenografie. Je kan niet anders dan zwichten!

Paskamers die inspelen op je noden

In putje winter bij -5° buiten een badpak passen is niet bepaald **aantrekkelijk!** Je kan je maar moeilijk inbeelden of de bikini van jouw keuze op een zonnig Canarisch strand jou net zo verleidelijk zal staan! Net daarom heeft Philips een van de paskamers van de flagshipstore uitgerust met intelligente systemen. Deze experience paskamer is voorzien van een spiegel met dynamische verlichting (wit of gekleurd licht) en een aanwezigheidsdetector. In deze paskamer kan de klant een lichtsfeer kiezen die aangepast is aan de lingerie die zij wenst te passen. Een romantische sfeer voor sexy lingerie, een zomers sfeertje voor een badpak, of een relax stemming voor een knusse pyjama... Alles kan!

De achterwand van de paskamer is bekleed met lichtgevend textiel waarop beelden in lage resolutie kunnen worden weergegeven.

Hunkemöller & Philips; de ideale combinatie

Lingerie is een productgroep die een hoge emotionele betrokkenheid kent. Deze emotionele beleving wilde Hunkemöller terug laten komen in de winkel. Er is daarom gekozen voor een samenspel tussen een klassieke winkelopstelling en de toepassing van nieuwe multi-zintuiglijke technologieën. De voorgestelde belevingsconcepten (paskamer en etalage) zijn special ontwikkeld rondom de typische Hunkemöller klant en haar behoeftes. Deze belevingsconcepten geven de klanten extra dimensie bij het winkelen; de lingerie in de winkel komt in de fantasie van de klanten tot leven. De klant wordt ondergedompeld in een dynamische en surrealistische sfeer; zij wordt gevoeliger voor het merk, de klanken, het licht en andere beelden die in de winkel worden verspreid.

De belevingsconcepten van Philips zijn innovatief en staan voor flexibiliteit en kwaliteit. Philips wil daarmee bijdragen aan een beter welzijn van de consument én van de winkeluitbater die immers kan rekenen op een hogere verkoop en een trouw cliënteel.

Meer informatie bij:

Sarah Facxin
PR Manager Lighting & Healthcare
Tel.: +32 2 525 80 78 (niet voor publicatie)
E-mail: sarah.facxin@philips.com

PR & Social Media Manager Hunkemöller - Christine de Jong
Tel.: +31 (0)35 646 54 27 – M +31 (0)6 54 66 19 75 (niet voor publicatie)
E-mail: christine.de.jong@hunkemoller.com

Over Koninklijke Philips N.V.:

Koninklijke Philips N.V. (NYSE: PHG, AEX: PHIA) stelt zich als gediversifieerde onderneming actief op het gebied van "Gezondheid & Welzijn" tot doel het leven van de mensen te verbeteren door zinvolle innovaties op het vlak van gezondheid, lifestyle en verlichting. Philips, met hoofdkantoor in Nederland, behaalde een omzet van 24,8 miljard EUR in 2012 en stelt ongeveer 114.000 personen tewerk met verkoop en diensten in meer dan 100 landen. De onderneming is marktleider op het gebied van cardiale zorg, acute zorg en thuiszorg, energiezuinige verlichtingsoplossingen en nieuwe verlichtingstoepassingen, alsmede op het gebied van scheerapparaten, haartrimmers en mondverzorgingsproducten.

Meer informatie over Philips is te vinden op www.philips.com/newscenter.

Over Hunkemöller:

Hunkemöller, van origine een Nederlands bedrijf, is het grootste high street lingeniermerk van de Benelux. Met circa 2700 werknemers en meer dan 590 winkels in 18 landen, breidt Hunkemöller zich snel uit in Europa. Op dit moment kun je onze winkels vinden in Nederland, België, Luxemburg, Frankrijk, Duitsland, Denemarken, Saudi-Arabië, Egypte, Koeweit, Spanje, Aruba, Curaçao, Rusland, Israël, Zweden, Oostenrijk en Marokko.

Ons in-house design team is non-stop bezig met productinnovatie en productontwikkeling. Ze zorgen ervoor dat de laatste trends in lingerie niet gemist worden en kwaliteit en fit gewaarborgd zijn. Hunkemöller heeft een multi-channel strategie ontwikkeld om haar bedrijfsactiviteiten te laten groeien door nieuwe winkels,

shop-in-shops, e-commerce en internationale franchising. Een sterk merk, vol nieuwe ideeën. Hunkemöller is onderdeel van PAI partners, een Europese investeringsmaatschappij.

Niet voor publicatie/attentie redactie:

Voor meer informatie en beeldmateriaal, kunt u contact opnemen met:

PR & Social Media Manager Hunkemöller - Christine de Jong

T +31 (0)35 646 54 27 – M +31 (0)6 54 66 19 75 – christine.de.jong@hunkemoller.com