

Mit dem neukonzipierten Zürcher Flagship Store läutet TALLY WEIJL eine neue Ära ein

Zürich, 5. November 2015 – Für TALLY WEIJL beginnt eine neue Zeitrechnung: Mit einer erweiterten Kollektion und einem neuen Storekonzept will die in 37 Ländern mit 800 Stores vertretene Schweizer Modemarke, die bisher auf 12- bis 20-jährige Kundinnen fokussiert war, inskünftig auch Frauen jenseits der Zwanzig anziehen – und dies im wahrsten Sinne des Wortes. Den Startschuss in die neue Ära des 1984 gegründeten Labels bildet der umgebaute und erweiterte Flagship Store an der Zürcher Bahnhofstrasse, von wo aus der internationale Rollout beginnen soll.

Nach einem sechsmonatigen Umbau und einer Erweiterung der Verkaufsfläche von 200 auf 450 Quadratmeter hat Mitgründerin und Creative Director Tally Weijl-Elfassi heute Donnerstag persönlich das Band zum neuen TALLY WEIJL Flagship Store an der Bahnhofstrasse 76 durchgeschnitten und alle Kundinnen willkommen geheissen, mit ihr das vierstöckige Geschäft einzuweihen.

Dazu gehören in Zukunft nicht mehr nur Mädchen und junge Frauen zwischen 12 und 20 Jahren, sondern auch Kundinnen, die älter sind. „Wir haben das getan, was viele Unternehmen tun, wenn sie ihre angestammten Kunden dazu bringen wollen, ihrer Marke länger treu zu bleiben: Wir haben das Produktangebot erweitert und unseren Auftritt angepasst“, sagt Beat Grüning, Mitinhaber und CEO von TALLY WEIJL.

Sichtbar wird dies im neuen Zürcher Flagship Store, der im Boutique-Stil eingerichtet ist und damit auch Frauen ansprechen will, die nicht mehr im Teenager-Alter sind. „Unsere loyalen jungen Kundinnen werden bei uns alles finden, was sie bisher schon cool fanden – und natürlich wie immer zu sehr attraktiven Preisen“, sagt Tally Weijl-Elfassi, die als Creative Director in der Geschäftsleitung für die Ausgestaltung und das Design der Kollektionen verantwortlich ist. „Aber auch Frauen, die bisher vielleicht noch nie einen Fuss in eines unserer Geschäfte gesetzt haben, werden sich vom Ambiente unseres neuen Stores und der erweiterten Produktlinie angesprochen fühlen.“ Das Konzept des Stores ist dabei einfach: je höher das Stockwerk, desto raffinierter die ausgestellte Mode und individueller das Einkaufserlebnis.

TALLY WEIJL

Dana Gablinger
Communications
Tel: +41 61 568 61 04
E-mail: presse@tally-weijl.com

Die offizielle Einweihung des neuen Flagship Stores hatte TALLY WEIJL am Mittwochabend, 4. November, mit einer Eröffnungs-Party für geladene Gäste und Medienschaffende gefeiert. Bis und mit Samstag, 6. November, wird jetzt die Wiedereröffnung mit den Kundinnen zusammen gefeiert. Ab Montag, 8. November gilt dann der normale Betrieb.

Der neukonzipierte Flagship Store an Zürichs berühmtester Einkaufsstrasse mit seinem erweiterten Angebot und einer Kollektion auch für Frauen über 20 ist nur der Anfang. „Von hier aus werden wir nach und nach den Rollout mit dem gleichen Konzept auch an unseren anderen wichtigen Standorten machen“, sagt CEO Beat Grüning. „Mit dem heutigen Tag hat für unser Unternehmen eine neue Ära begonnen.“

Bilder von der gestrigen VIP-Einweihungsparty finden Sie unter dem folgenden Link:

ftp://ftp.tally-weijl.net/Zurich_TallyHOUSE2015
Username: social_media
Password: TallySocial

ÜBER TALLY WEIJL

TALLY WEIJL ist ein internationales Fashion Label für junge, selbstbewusste Frauen. Mit den aktuellsten Trends, designt in der Modemetropole Paris, ist die Marke seit 30 Jahren erfolgreich. 1984 in einer kleinen Schweizer Garage gegründet, ist das familiengeführte Unternehmen heute ein Multichannel-Anbieter mit 800 Stores in 38 Ländern vertreten und macht einen Umsatz von EUR 380 Mio. (CHF 400 Mio.).

