

Noch mehr Auswahl im Modehaus Funk

Fünf weitere, große und wichtige Marken ab sofort neu im Sortiment – „Mango“ exklusiv in Aalen – Erweiterung um 500 Quadratmeter

Mit der deutlichen Erweiterung seiner Ladenfläche um 500 Quadratmeter hat Mode Funk auch sein Sortiment vergrößert. Eine der wichtigsten Neuzugänge fällt dem Kunden bereits direkt hinter dem neuen, großen Haupteingang ins Auge: das spanische Modelabel „Mango“. Angebot und Vielfalt sind für Josef und Tobias Funk die zentralen Elemente ihres Modehauses.

Tobias Dambacher



[Die völlig neu gestaltete Gerry-Weber-Lifestyle-Welt hat mit 100 Quadratmetern ebenfalls mehr Platz bekommen.](#)



[In direkter Eingangslage präsentiert sich der neue „Mango“-Shop auf 100 Quadratmeter. Das spanische Modelabel gibt es in Aalen exklusiv bei Mode Funk. \(Fotos: Oliver Giers\)](#)



[Auch „Opus“ ist eine der fünf neuen, großen Marken bei „Funk“.](#)

Aalen. Der neue Haupteingang: offen, freundlich, hell und groß. Eigenschaften, die komplett auf das erweiterte Modehaus Funk übertragen werden können. „Der vergrößerte Eingangsbereich repräsentiert zum ersten Mal unsere Größe und Stärke“, betont Tobias Funk. Die moderne Automattür öffnet sich direkt hin zur großen Freifläche des Spritzenhausplatzes.

Dadurch erhält der Eingangsbereich nun auch vor dem Modehaus mehr Raum. „Eine Stadt lebt vom Angebot und von Vielfalt“, erläutert er die Philosophie des Modehauses. Deshalb wurde das Sortiment bei Funk auch konsequent vergrößert.

Mango in Aalen exklusiv bei Mode Funk

Fünf wichtige Marken sind ab sofort neu dabei: „Gaastra Women“, „Napapijri Women“, „Cecil“, „G-Star Damen“ – und „Mango“. Eine kleine Sensation für Aalen. „Das war uns sehr wichtig, dass wir Mango exklusiv nach Aalen holten“, betont Josef Funk. Damit darf die Marke in Aalen nur Mode Funk anbieten.

International genießt „Mango“ großes Ansehen. Bisher gab es „Mango“ nur in eigenen Läden. Mode Funk ist ganz vorne mit dabei. Als eines der ersten Modehäuser in Deutschland, das es geschafft hat, das spanische Modelabel für einen eigenen Shop zu gewinnen. „Das ist auch für uns eine sehr spannende Geschichte“, freut sich Tobias Funk auf die neue Zusammenarbeit. Mango biete sehr interessante Preise bei ausgezeichneter Qualität. 100 Quadratmeter bekommt der Mango-Shop in bester Eingangslage.

500 Quadratmeter mehr auf zwei Etagen

Ein solch großes Sortiment braucht Platz. Den gibt es jetzt auch. Das Mehr an 500 Quadratmeter Verkaufsfläche über zwei Etagen fügt sich nahtlos in das bestehende Gebäude ein. Ein weiterer Treppenaufgang – mit Natursteinelementen aufgehellt – verbindet die Stockwerke im neuen Teil auf elegante Weise miteinander. Der neue Bereich des Haupteingangs ist großzügig gestaltet und strahlt eine angenehme Atmosphäre aus. Das Erdgeschoss bekam einen neuen Boden auf 700 Quadratmeter.

Das deutlich erweiterte Kernsortiment spricht alle Generationen an. „Wir bieten Auswahl für jeden Typ“, betont Josef Funk. Dabei berücksichtigt das Modehaus natürlich die veränderten Einstellungen seiner Kunden. „Die Frau mit 60 denkt wie 50 und kleidet sich wie 40“, erklärt Josef Funk. Einer der Gründe, warum beispielsweise die Gerry-Weber-Lifestyle-Welt mit allein 100 Quadratmeter völlig neu gestaltet wurde. Aber auch die Hosenspezialisten im Damenshop, MAC und Gardeur, haben deutlich mehr Platz bekommen. So viel Auswahl zu betrachten, anzuprobieren und zu entdecken braucht seine Zeit. Die will Funk seinen Kunden geben. Und das nicht nur mit speziellen Relax- und Ruhezeiten. „Man soll sich wohl fühlen bei uns“, sagt Tobias Funk. Dafür sorgt ab sofort auch die Cafécke „Im Schaufenster“. Direkt neben dem Haupteingang wurde eine kleine Kaffeebar eingerichtet, die Tanja Oppold betreibt. Zum Motto „Kaffeegenuss und Brotkultur“ gibt es hier Mittagssnacks und Kaffeespezialitäten. „Feine Hausmannskost“, erklärt Tobias Funk das Konzept. Für den echten Genuss sollen eine professionelle italienische Kaffeemaschine und selbstgemachte Brotaufstriche sorgen.

Für den nächsten Sommer ist auch eine Bestuhlung im Außenbereich beim Spritzenhausplatz geplant. Ganz stilecht liegen dann natürlich auch Tageszeitungen aus. Auch dieser Ruhe- und Erholungsbereich unterstreicht die neue Größe und Dimension des erweiterten Modehauses Funk.

Doch so beeindruckend und groß der neue Haupteingang geworden ist, braucht sich der Hintereingang nicht zu verstecken. Überhaupt passt dieser Begriff gar nicht so richtig, zum liebevoll gestalteten, mit wertvollen Antiquitäten ausgestatteten rückwärtigen Bereich des Modehauses. Alte Schränke mit schnörkeligen Schnitzereien und zum Beispiel ein historisches Radiogerät verleihen dem Raum rund um die Marken Napapijri und Gaastra ein heimeliges Flair. Eine Ecke zum Wohlfühlen und inspirieren lassen.

Das neu gestaltete Modehaus Funk macht das, was es in jeder Beziehung am Besten kann: eine gute Figur.

© Schwäbische Post 07.09.2010