

Pressemitteilung

Rostocker Hof erhält zum 20. Jubiläum ein frisches Outfit

Eine Million Euro werden in Einkaufscenter investiert

Die Galerie Rostocker Hof feiert in diesem Jahr ihr 20. Jubiläum und erhält zu diesem Ereignis ein frisches Outfit. „Rund eine Million Euro werden in Modernisierungs- und Verschönerungsarbeiten investiert“, sagt Center-Manager Heiner Ganz. Dazu gehören eine moderne Beleuchtungsanlage für das Haus, neue Sanitäreanlagen, eine Fahrstuhlbegrünung sowie eine frischere Optik für die Werbung.

TV-Einrichtungsexpertin Melanie Frehse, die bereits die Zuschauer von vox, n-tv und ZDF mit ihren kreativen Ideen begeisterte, entwickelte ein maßgeschneidertes und zeitgemäßes Konzept für das Ambiente. „Tradition und Moderne wollten wir vereinen und dem Haus eine sympathische frische Note verleihen“, erklärt Frehse, die aus Mecklenburg-Vorpommern stammt und heute in Grande (Schleswig-Holstein) lebt. Dem schlichten gläsernen Fahrstuhl hat die Inneneinrichterin eine Begrünung verordnet: Stylisch und pflegeleicht zugleich. „Das schafft im Atrium eine Piazza-Atmosphäre.“

Insgesamt soll die Galerie sehr viel heller und freundlicher werden. Mit LED-Leuchtdioden, und damit auch effizienter und sparsamer. Durch mehr Licht soll sich der Besucher auf angenehme Art aufgefordert fühlen, einfach mal vorbei zu schauen. Entsprechend wurde der neue Werbeslogan für die beliebte Rostocker Einkaufspassage kreiert:

Reingeschnuppert ins Vergnügen

„Der neue Claim ist ein Aufruf an Jäger und Sammler, Schlemmermäulchen und Genussmenschen, Shoppingprinzen und Fashionistas, Oma und Opa, Kids und Teens, Beautyqueens und Gesundheitsfreunde“, umreißt Melanie Frehse. Jung und Alt sollen sich noch besser animiert fühlen und auf das attraktive Angebot der 43 Geschäfte, Restaurants und Cafés aufmerksam gemacht werden. 10.000 bis 15.000 Besucher strömen täglich in die Galerie. Eine neue Homepage ist in Vorbereitung und wird die öffentliche Wahrnehmung weiter erhöhen, sagt Frehse. „Ich möchte Menschen zum Fühlen, Riechen, Schmecken und (An)-Sehen inspirieren und sie täglich Neues entdecken lassen.“

In neuen Farben, klar und schnörkellos, erstrahlt künftig das Logo des Rostocker Hofes. Die Farben Türkis und Steingrau stehen für Frische und schlichte Eleganz und schaffen den Bezug zum Standort mit hanseatischer Tradition und Ostsee. Die Torbogen sind Elemente aus dem historischen Ensemble.



Vor 20 Jahren, am 7. November 1995, war das Gebäude mit seiner denkmalgeschützten historischen Fassade als attraktive Einkaufspassage im Herzen der Hansestadt übergeben worden. 16 der heute insgesamt 43 Mieter sind von der ersten Stunde an dabei, darunter Strobel, Leiser, Christ, arko, Rossmann, Fundus, das Eiscafé Milano oder Obst & Gemüse Bastian.