

Große Expansion

Birkenstock kreiert rund um die kultige Gesundheitssandale eine ganz Welt des Wohlbefindens.

BRITTA BIRON

Neustadt. Von dem aus seinem Metier stammenden Sprichwort „Schuster bleib bei deinem Leisten“ hält Birkenstock offenbar nicht viel. Viel mehr folgt das Unternehmen jetzt dem Trend zur Expansion in branchenfremde Segmente und hat auf der diesjährigen Internationalen Möbelmesse in Köln seine erste Betten-Kollektion vorgestellt.

Abwegig? Birkenstock-Geschäftsführer Oliver Reichert sieht zwischen Fußbett und Bett *mehr* als nur eine sprachliche Parallele: „Wer sich so genau mit der Anatomie des menschlichen Fußes auseinandersetzt wie wir, der baut auch Betten, die den menschlichen Bewegungsapparat insgesamt gesund erhalten.“

Vor allem dann, wenn man sich für das ambitionierte Projekt – die Preise der Betten liegen zwischen 5.000 und 10.000 € pro Bett und damit klar im Highend-Segment – einen Partner an Bord geholt hat, dessen Kompetenz in Sachen Betten unbestritten ist.

Korkeiche für die Haut

Denn entwickelt wurden die Betten, Lattenroste und Matratzen, bei denen die gleichen Naturmaterialien wie bei den Schuhen Verwendung finden – Leder, Wollfilz, Naturlatex und Kork – gemeinsam mit dem österreichischen Polstermöbelhersteller ADA, der auch für die Fertigung und den Vertrieb im deutschsprachigen Raum zuständig ist; den globalen



Luxusbetten in Kooperation mit dem österreichischen Polstermöbelspezialisten ADA markieren den Beginn der Wachstumspläne.

Markt will Birkenstock selbst bearbeiten.

Interesse an den Birkenstock-Schlafsystemen haben diverse Fachhandels- und Möbelhäuser auf der IMM Köln bereits signalisiert.

Birkenstocks Expansionspläne sollen aber nicht im Schlafzimmer enden. Für heuer ist der Launch von Büromöbeln geplant, und auf der Naturkosmetikmesse Vivanness wurde bereits Birkenstock Natural Care vorgestellt; sie umfasst 28 Pflegeprodukte auf Basis von Korkeichenextrakt und ist

nach dem internationalem BDIH Cosmos Natural-Standard zertifiziert.

„Neben dem gesunden Gehen, Stehen, Laufen und Liegen hat die Pflege der Haut erheblichen Einfluss auf unser Wohlbefinden“, so Reichert.

Silber für die Füße

Eine besondere Neuheit gibt es aber auch bei den Produkten, für die Birkenstock berühmt ist und deren steigende Umsätze die Ex-



pansionen auf neue Gebiete erst ermöglichen: Gemeinsam mit dem Schweizer Schmuckdesigner Patrick Muff sind wieder besonders edle Modelle – diesmal mit handgefertigten Schnallen aus Sterlingsilber – entstanden.



Mehr Tempo beim Uhrenservice für Kunden aus Österreich und Deutschland.

Girard-Perregaux Neues Kundendienst-Zentrum

Service-Offensive

Lörrach. Weil After-Sales für den Unternehmenserfolg und die Kundenzufriedenheit ebenso wichtig ist wie die Qualität der Produkte und die erstklassige Beratung beim Kauf, hat die Schweizer Nobeluhren-Manufaktur Girard-Perregaux ein neues Kundendienst-Zentrum für den deutschen und österreichischen Markt eröffnet.

Die Uhrmacher des in Lörrach angesiedelten Ateliers bearbeiten alle Manufakturwerke des Hauses – lediglich um die Haute Horloge-

rie-Modelle mit Komplikationen wie Ewigem Kalender sowie um die historischen Zeitmesser werden sich weiterhin die Spezialisten des zentralen Kundendienstes in der Zentrale in La Chaux-de-Fonds kümmern.

Dank der ebenfalls neuen Verwaltung kommen auch Kostenvorschläge und Rechnungen für Reparaturen und Kundendienst künftig direkt aus Lörrach. Dort können auch Uhrbänder sowie Ersatzteile bestellt werden. *(red)*

Neue Wiener Werkstätte Vitória Esszimmer-Programm von Designer Thomas Feichtner wurde erweitert

Geschmackvolle Solitär-Möbelstücke

Pöllau. Mit der im Vorjahr ge-launchten Esszimmermöbel-Serie Vitória – sie besteht aus Tisch, Sitzbank und zwei Stuhlvarianten – hat die Neue Wiener Werkstätte den Geschmack ihrer Kunden perfekt getroffen. Daher wurde das Programm jetzt um eine Serie von Solitärarmöbeln erweitert.

Anrichte, Kommode, Regal und Schrank sind sowohl eine perfekte Ergänzung zur Esszimmer-Serie, harmonisieren aber durch ihren reduziert-eleganten Stil und die verschiedenen Eichen- und Lackoberflächen auch mit vielen anderen Einrichtungsstilen – von modern bis klassisch. Entworfen wurden die neuen Vitória-Möbel

wieder vom österreichischen Designer Thomas Feichtner.

NWW-Award 2017

Mit dem Neue Wiener Werkstätten-Award unterstützt die Marke auch den Designer-Nachwuchs: Noch bis zum 30. Juni läuft die Einreichfrist für die mittlerweile dritte Auflage des Bewerbs, der unter dem Thema „Die Neue Gastlichkeit – Wie uns Möbel bei der Kunst des Gastgeberens unterstützen“ steht. Als Vorsitzender der Jury, die die Arbeiten bewerten wird, konnte diesmal der US-amerikanische Stardesigner Karim Rashid gewonnen werden. *(red)*



Der zeitlos-elegante Stil der Vitória-Kollektion harmoniert mit vielen Einrichtungsstilen.

SHORT

Für den modischen Durchblick



Fashionable Optik: die neue Arthur Arbesser for Silhouette-Serie.

Linz. Unter den Sonnenbrillen-Neuheiten, die Silhouette für dieses Jahr vorgestellt hat, stechen zwei Serien besonders heraus.

Neben der Titan Minimal Art. The Icon, bei der die in der Fashion derzeit aktuellen Laser-Cut-Outs interessante optische Highlights setzen, zeigt sich die Nähe des Linzer Brillenherstellers zur Welt der Mode besonders in der Special Edition „Arthur Arbesser for Silhouette“.

Die vier rahmenlosen Modelle vereinen runde und eckige Designelemente sowie zwei Glasfarben in einer Linse und sind auch als Korrektur-Sonnenbrille erhältlich. *(red)*

B.zero1-Ring in neuer Variante

Rom. Dank seines schlichten, aber dennoch unkonventionellen Designs hat sich der B.zero 1-Ring seit seinem Launch 1999 zu einem der bekanntesten Schmuckstücke von Bulgari entwickelt. Jetzt wurde die Serie um ein von Zaha Hadid entworfenes Modell ergänzt.

Den B.zero 1 Design Legend Ring von Zaha Hadid gibt es als 4-Band-Ring in Roségold, als 3-Band-Ring in Weiß- oder Roségold sowie als Anhänger mit Kette in Roségold. *(red)*



Bulgari hat seine erfolgreiche B.zero1-Serie um neue Modelle ergänzt.

Luxottica nimmt neuen Markt ins Visier

Mailand. Der italienische Brillenkonzern Luxottica, zu dessen Sortiment neben Eigenmarken wie Ray Ban, Persol, Alain Mikli und Vogue Eyewear auch eine Fülle edler Lizenzbrands zählt – unter anderem Armani, Bulgari, Burberry, Chanel, DKNY, Ferragamo, Miu Miu, Prada, Tiffany und Versace – hat die brasilianische Optiker-Kette Óticas Carol übernommen.

Ziel der 110 Mio. €-Investition ist die Erweiterung des Einzelhandelsgeschäfts in Brasilien.

Óticas Carol betreibt über ein Franchise rund 950 Verkaufsstellen und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 200 Mio. €. *(red)*