

## SHORT

## Bogner plant neuen Store in Konstanz

**München/Konstanz.** Das Modeunternehmen Bogner will sich künftig verstärkt auf seine Kernmärkte Deutschland, Österreich und die Schweiz konzentrieren und ergänzend zu der starken Kompetenz bei Ski- und Wintersport-Mode vermehrt auch die Fashion-Segmente Mountaineering und Yachting adressieren.

Entsprechend dieser neuen Ausrichtung ist für dieses Jahr die Eröffnung eines 200 m<sup>2</sup> großen Stores in Konstanz geplant. Durch die Nähe zum Bodensee und die beliebten alpinen Sportregionen sei, so Bogner-CEO Alexander Wirth, der neue Standort im Dreiländereck perfekt. (red)

## Design-Hotspot wird Start-up-Schmiede



Ab Sommer residieren im Nouvel-Tower die heimischen Top-Innovatoren.

**Wien.** Sechs Jahre nach der Eröffnung kommt das Aus für das Wiener Stilwerk. Statt hochwertigem Mobeldesign und edlen Interior-Accessoires wird es in dem von Stararchitekt Jean Nouvel entworfenen Turm ab diesem Sommer das „Best-of“ der österreichischen Start-up-Szene geben.

Der Fokus wird dabei auf den drei Innovationsfeldern Internet of Things, FinTech und Media liegen. Betreiber des neuen Innovations-Kaufhauses ist weXelerate. (red)

## Für Koffein-Fans mit hohen Ansprüchen



Seit Kurzem verfügt die Tchibo-Filiale über einen Shop-in-Shop von QBO.

**Wien.** QBO, das Premium-Kaffeefeesystem von Tchibo, kommt am Markt gut an. Seit der Eröffnung des ersten Stores auf der Wiener Mariahilfer Straße vor einem Jahr kamen weitere in Salzburg und Linz dazu, und seit Kurzem wurde im Zuge der weiteren Expansionspläne auch die Tchibo-Filiale in der SCS um einen QBO-Shop-in-Shop ergänzt.

„Das ist die perfekte Lage, um den Kunden im Süden Wiens sowie in den angrenzenden Gebieten das vielfältige QBO-Portfolio näherzubringen“, so Harald J. Mayer, Tchibo/Eduscho-Geschäftsführer Österreich. (red)

© Bucherer (5)



Im Zentrum der neuen Schmuckstücke steht der Diamant: ob solo in Blütenform, auf Herzen und Schleifen, in Kombination mit Perlen, Farbsteinen oder Hybridkeramik.

## Neuer Frühlings-Look

Bucherer zeigt die aktuellen Schmucktrends: zartes Rosé, Blumen, Symbole und Farbwechselfspiel.

BRITTA BIRON

**Wien/Luzern.** Anders als Kleidung ist Schmuck meist eine längerfristige Investition; das heißt aber nicht, dass die Hersteller der edlen Pretiosen den jeweiligen Fashionrends der Saison bis zu einem gewissen Grad nicht ebenfalls Rechnung tragen.

Besonders schön zeigt sich das auch diesen Frühling wieder beim Blick in die Auslagen des Nobeljuweliers Bucherer.

## Flower-Power

Die von vielen Modesignern derzeit propagierten floralen Motive werden etwa mit dem edelsten

Schmuckstein, dem Diamanten in verschiedenen Schlißvariationen, umgesetzt. Ob in Form eines über und über mit kleinen Diamantblüten besetzten Colliers, als zarter Ring, glitzernde Ohrstecker oder Creolen.

## La vie en rose

Das Pendant zu den frechen, plakativen Motto-T-Shirts, in denen man in diesem Frühling modische Statements setzt, sind die Schmuckstücke mit symbolträchtigen Motiven wie Herzen und Schleifen.

Bei den aktuellen Farbtrends setzen die Designer von Bucherer auf zarte Rosa- und Nudetöne und

„Die Morganit-Schmuckstücke sind vielfältig kombinierbar.“

CATHERINE SACKMANN, BUCHERER

erklären den Morganit, einen engen Verwandten von Aquamarin und Smaragd, zu dem It-Stein der Saison.

„Schmuckstücke in diesem edlen Blush-Look sind das Kleine Schwarze des Schmuckkästchens.

Sie sind vielseitig kombinierbar und haben immer eine bezaubernde Wirkung“, so Catherine Sackmann, Farbedelsteinexpertin bei Bucherer.

Mit der Ringkollektion Variato spricht Bucherer dagegen all jene an, die Farben nach Lust, Laune und Saison wechseln möchten. Der Basisring aus Rosé- oder Weißgold kann mit verschiedenen Zwischenringen aus farbiger Hybridkeramik oder auch diamantbesetzten Modellen ergänzt werden.

Für diesen Frühling hat Bucherer das Sortiment um die neuen Farbvarianten Mintgrün, Puder, Koralle und Elfenbein sowie ein besonders exklusive Modell mit weißen, roten und gelben Diamanten erweitert.



Typisch für Madeleine ist die tragbare Interpretation der aktuellen Modetrends.



Madeleine Spitze, Streifen, Blumen und bunte Farben

## Die neuen Styles

**Zirndorf.** Mode in den aktuellen Trends, mit besonderer Raffinesse, in hoher Qualität, aber zu erschwinglichen Preisen – mit diesem Konzept des Affordable Luxury hat sich Madeleine bei anspruchsvollen Damen längst einen guten Namen gemacht.

Und auch für diesen Frühling und Sommer bietet das Nobelversandhaus via Katalog und Online-Store eine breite Auswahl – ob chic Business-Kleidung, lässige Freizeitmode, bequeme Lounge-

Wear, Fashion für den Strand, Kleider und Kostüme für große und kleine Feste. Bei den Mustern dominieren klassische Streifen sowie tropische Blumenmotive, die Farbpalette reicht von sanften Naturtönen (besonders edel in feinstem Leder) über zartes Pastell und verschiedene Blauschattierungen bis zu frischem Weiß.

Die passenden Accessoires wie Schuhe, Taschen, Sonnenbrillen, Gürtel, Tücher und Schmuck fehlen natürlich auch nicht. (red)

**Mykita** Seit Kurzem ist das kultige Berliner Brillenlabel in Wien mit einem zweiten Store vertreten

## Trendiges Design mit historischem Flair

**Wien.** In einem eleganten historischen Palais in der Herrngasse hat das Berliner Designerbrillenlabel Mykita Ende 2016 seinen zweiten Store in Wien eröffnet.

Zentrales Element des Shopdesigns ist auch hier die Mykita Wall, ein ganz in Weiß gehaltenes Präsentationssystem, dessen Konzept auf einem schlichten Schwerlastregal für die Industrie basiert. Kleine, aus Blech gebogene Regalböden, die in das hinterleuchtete System eingehängt sind, geben jedem Brillenmodell eine eigene Bühne.

Mit Rücksicht auf die denkmalgeschützten barocken Räumlichkeiten mit dem imposanten Tonnengewölbe und dem klassischen

Parkettboden wurde die Mykita Wall nicht an den Wänden montiert, sondern frei stehend platziert.

Dadurch werden die Großzügigkeit des Raums und das moderne Flair noch zusätzlich unterstrichen. Einen starken Gegenpol zum dominanten Weiß bilden lackschwarze Pulte.

In den Store integriert ist zudem ein „Relaxed Vision Center“, in dem Optometristen mit modernsten Geräten der Carl Zeiss Forschung Augenmessungen durchführen, individuelle Sehprofile erstellen und Brillen und Gläser perfekt an die Bedürfnisse des Kunden anpassen. (red)



Mit 90 Quadratmetern bietet der neue Store Platz für die komplette Brillenkollektion.