Fashion, *Schmuck* & Pflege

Allude präsentiert in Kitzbühel eine bestrickend edle Produktvielfalt.

BRITTA BIRON

Kitzbühel. „Alles, was das Herz berührt. Und sehr gern etwas mit Aha-Effekt oder besonderem Twist", so beschreibt Andrea Karg, Inhaberin und Creative Director des Münchner Cashmerelabels Allude, den Anfang des Jahres eröffneten ersten Store in Österreich.

„Der Store entspricht meinen Vorstellungen von modernem Retail."

ANDREA KARG, ALLUDE-INHABERIN

Und Aha-Effekte bieten die auf zwei Etagen verteilten 130 m² etliche: gleich beim Eingang etwa einen imposanten Kronleuchter, dessen Design an ein lockeres Wollknäuel erinnert. Er dient nicht nur zur Illumination des Entrées, sondern fungiert auch als Aufhängevorrichtung für einige ausgewählte Kreationen.

Edles Interieur

Entworfen wurde das außergewöhnliche Stück – wie das gesamte Mobiliar, von den transparenten Regalen bis zu den gemütlichen Loungemöbeln – von der Düsseldorfer Innenarchitektin Regina Dahmen-Ingenhofen.

Präsentiert wird hier die gesamte Produktwelt von Allude: Strickmode für Damen, Herren und Kleinkinder, Home Collection, Cashmere-Pflege und auch das erste umfassende Buch über die Luxuswolle.

Feines von Fremdmarken

„Nur" die eigenen Kreationen anzubieten, war der Allude-Chefin allerdings zu wenig. Mit viel Sinn für das Besondere und Edle hat sie Produkte von anderen Marken ausgewählt, die in Stil und Qualitätsanspruch perfekt zu Allude passen.

So gibt es die bunt bedruckten T-Shirts, Sweater und Jerseykleider des Pariser Labels Être Cécile sowie lässige Luxusparkas der US-Brand Harvey Faircloth.

Für eine schmucke Ergänzung des Outfits sorgen die Perlen-Armbänder von Géraldine Carfield sowie die Kreationen von Eikosi Dyo.

Cashmere-Feeling für das Haar bieten Shampoos, Conditioner und Seren von Iles Formula, und von Made in Youthland und Marie-Stella-Maris sind Hautpflegeprodukte im Sortiment. Zudem gibt es falsche Wimpern und Körpertattoos von Paperself, Designer-Ladekabel für Handy, Tablet & Co sowie feines Geschirr und edle Duftkerzen der Berliner Manufaktur Kühn Keramik.



© Allude

Architektonisches Highlight ist der Kronleuchter, der auch der Warenpräsentation dient.

SHORT

Hochkarätige Erweiterung



© Piaget

Seit Kurzem gibt es Uhren und Schmuck von Piaget auch bei Net-à-Porter.

Mailand. Die frühere Hemmschwelle von Luxusmarken gegenüber dem eCommerce sinkt kontinuierlich. Nachdem Tiffany & Co sowie IWC seit dem Vorjahr auf Net-à-Porter vertreten sind, hat jetzt auch die Schwestermarke Piaget nachgezogen.

Seit April werden über die digitale Nobelboutique ausgewählte Stücke der Possession-Linie angeboten. Zur Wahl stehen verschiedene Ringe, Colliers und Armreifen aus 18k-Weiß- oder Roségold mit Brillanten und einigen Neuerscheinungen mit Farbsteinen. Zudem gibt es zwei Uhren aus Weiß- oder Roségold mit Diamanten,

„Als ultimative Plattform für Luxusartikel ist Net-à-Porter der ideale Partner und die erste Wahl für den Verkauf außerhalb unserer eigenen Vertriebswege", erklärt Piaget-CEO Chabi Nouri. *(red)*