

SHORT

Zeitlose Basics
made in Europe



Ein weicher, wetterfester Unisex-Schuh ist das erste Produkt von Glein.

Wien. Während viele andere junge Designlabel beim Vertrieb in erster Linie auf die Onlineschiene setzen, geht Sebastian Leitinger mit seiner Marke „Glein“ gleich mit einem stationären Shop an den Start.

Der ist betont puristisch gestaltet und passt damit perfekt zum Sortiment. Das besteht derzeit aus Schuhen, Taschen und Lederwaren in zeitlos-klassischen Designs, die ausschließlich in Europa gefertigt werden. (red)

Viu eröffnet dritten
Store in Österreich



Die Brillenwand im Salzburger Viu-Store ist aus mattem Kupfer.

Salzburg. Nach Wien und Graz ist das Schweizer Label für Designbrillen seit dem Sommer auch in der Mozartstadt mit einem eigenen Shop vertreten.

Highlight der ansonsten betont schlicht gehaltenen Einrichtung der 65 m² großen Räumlichkeiten mit dem historischen Gewölbe ist die für Viu typische Brillenwand, an der die gesamte Kollektion präsentiert wird. Für diesen Store hat Viu Creative Director Fabrice Aeberhard eine Variante aus mattem Kupfer gewählt. (red)

Karl Lagerfeld
kommt nach Wien



Noch heuer eröffnet die Eigenmarke von Karl Lagerfeld eine Boutique.

Paris. Über den Onlinestore sind die Kleidungsstücke und Accessoires von Karl Lagerfelds Eigenmarke Karl längst auch in Österreich erhältlich. Wer allerdings das Einkaufserlebnis in der realen Welt bevorzugt, muss bald nicht mehr ins Ausland ausweichen.

Denn noch in diesem Herbst (der genaue Termin ist noch nicht bekannt) wird die Luxusmarke am Kohlmarkt, Wiens nobelster Einkaufsstraße, einen Flagship-Store eröffnen. (red)



Chices Ambiente, edles Sortiment und hohe Rabatte: Mit dem Konzept, das seit Jahren in den USA funktioniert, will Saks Off 5th Avenue jetzt auch in Europa reüssieren.

Feine Schnäppchenjagd

Luxury for less wächst: Arrivierte Outlet-Anbieter erweitern, und neue Player kommen auf den Markt.

BRITTA BIRON

Toronto/Köln. Große Marken zu kleinen Preisen ist ein Konzept, das klarerweise gut ankommt. Laut der aktuellen Marktanalyse des Beratungsunternehmens Bain & Co und Altagamma, der Vereinigung der italienischen Luxusmarken, entwickelt sich das Offprice-Segment neben der Onlineschiene derzeit deutlich besser als die Monobrand-Boutiquen.

Das zeigt sich auch an der kontinuierlich wachsenden Verkaufsfläche der Outlets.

Im Frühling wurde die mittlerweile fünfte Erweiterung des McArthurGlen Designeroutlets in Parndorf abgeschlossen und damit Platz für neue Markenoutlets – unter anderem von der italienischen Kosmetikmarke Pupa Milano und dem deutschen Luxuslabel Mont-

blanc – geschaffen, und gestern hat TK Maxx im Huma Eleven seine mittlerweile dritte Filiale in der Bundeshauptstadt eröffnet.

Die erstreckt sich über mehrere Tausend Quadratmeter und bietet ein wöchentlich wechselndes Sortiment von Fashion, Schuhen, Taschen, Kleinlederarten, Sonnenbrillen, Modeschmuck und Home-Accessoires bekannter Designerlabel. Dass das Storedesign eher an einen überdimensionalen Wühltisch erinnert, tut dem Shoppingvergnügen angesichts von 60% Rabatt auf die Originalpreise keinen Abbruch.

Sparprogramm ...

Deutlich chicer dagegen geht es bei Saks Off 5th, dem Outletablegger der US-amerikanischen Nobelkaufhauskette, zu, der diesen Sommer sein großes Europa-Rollout ge-

startet hat. Bei der Gestaltung der Filialen, die ab rund 3.000 m² groß sind, orientiert man sich an jenem der eleganten Department-Stores.

„Kunden finden bei uns eine unvergleichliche Kombination aus exklusiven Marken, einem eleganten Ambiente und attraktiven Preisen“, erklärt Europa-Chef Wayne Drummond das Konzept, mit dem man in den USA bereits seit

„Unsere Geschäfte sind eine Bereicherung für die Einkaufsstraßen.“

WAYNE DRUMMOND

Jahren erfolgreich ist, und Chefeinkäuferin Berna Bartosch ergänzt: „Da das Sortiment laufend wechselt, ist der Einkauf bei uns jedes Mal ein spannendes Erlebnis, und die Kunden werden immer wieder von neuen Produkten überrascht.“

... im chicen Ambiente

Österreich steht zwar vorerst nicht am Expansionsplan, aber für heimische Schnäppchenjäger, die bei Saks Off 5th bisher nur online shoppen konnten, sind die feinen Outlet-Flagships geografisch deutlich näher gerückt. In Deutschland wurden über den Sommer bereits fünf große Flagship-Stores eröffnet – und zwar in Düsseldorf, Wiesbaden, Frankfurt/Main, Heidelberg und Stuttgart –, im Herbst folgen zwei weitere in Amsterdam und Rotterdam.

S'Ausseer Knopferl Ulrike Taferner macht Knöpfe durch Miniaturmalereien zu außergewöhnlichen Highlights

Im wahrsten Sinne des Wortes bildschön



Ulrike Taferner fertigt und verkauft in ihrem Geschäft außergewöhnliche Accessoires.

Bad Aussee. Gemalt hat Ulrike Taferner immer schon gern, ihr besonderes Talent für Motive im Miniaturformat hat sie aber eher zufällig entdeckt, als ihr Ehemann Werner, seines Zeichens Designer von exklusiven Brillen aus Hirschhorn, sie bat, einen winzigen Hirsch auf einen Brillenbügel zu pinseln – mit Erfolg.

Modische Unikate

Was mit Brillen klappt, sollte auch bei anderen Gegenständen funktionieren, dachte sich darauf das kreative Ehepaar.

Und so fertigt Werner aus dem Horn, das bei der Brillenherstel-

lung übrig bleibt, Anhänger, Ohrstecker, Ringelemente und Knöpfe, die Ulrike dann mit allerlei Motiven verziert. Daneben bringt sie ihre kunstvollen Miniaturen auch auf Knöpfe aus Holz und Perlmutt sowie auf Porzellan-Schmuck.

Im Sommer haben die Taferners in Bad Aussee einen Shop eröffnet, der gleichzeitig auch als Atelier fungiert.

Neben Kleinserien nach eigenen Entwürfen entstehen hier auch individuelle Sonderanfertigungen, sowohl für Privatkunden als auch für Unternehmen. So lassen bereits etliche Modeateliers Knöpfe passend zu ihren Kleidungsstücken bemalen. (red)