

Glanzvolles Netzwerk

Piaget baut die im Frühling erfolgreich gestartete Vertriebschiene über Net-à-Porter weiter aus.

BRITTA BIRON

La Côte-aux-Fées/Wien. Die sinnliche Erfahrung galt lange Zeit als wichtige Komponente beim Kauf von kostbarem Schmuck und edlen Uhren – ungeeignet für den eher praktisch veranlagten eCommerce.

Doch verbesserte Techniken bei der Produktpäsentation, höhere Sicherheit bei den Bezahloptionen sowie der Umstand, dass Konsumenten auch im höheren Preissegment die digitale Schiene durchaus goutieren, hat bei vielen Marken die anfängliche Scheu schwinden lassen.

Schmucke Clicks

„Mit einem eigenen Onlineshop haben wir im Jahr 2012 in den USA begonnen, 2013 erfolgte die Erweiterung auf Europa, und mittlerweile bedienen wir damit jetzt insgesamt 16 Länder“, erklärt Matthieu Payet-Gaspard, General Manager von Piaget für Nordeuropa.

Für viele Modelle, vor allem aus der Possession- und Rose-Kollektion, sowie für die Uhren aus Edelstahl steht im Onlineshop die klassische Warenkorb-Funktion zur Verfügung, für hochpreisige Schmuckstücke und Uhren wird ein telefonisches Bestellservice geboten.

Possession für Herren

Insgesamt sei, so Payet-Gaspard, der Onlinevertrieb von wachsender Bedeutung. Konkrete Zahlen nennt er zwar nicht, sagt aber, dass man



Nach dem Launch von Possession auf Net-à-Porter im Frühling geht Piaget jetzt auch mit Uhren und Herrenschnuck auf Mr Porter online.

mit dem eCommerce-Geschäft zufrieden ist, und dieses Segment derzeit die höchsten Zuwachsraten verzeichnet.

Daher hat die Schweizer Luxusmarke die Erweiterung ihrer Possession-Kollektion um neue Varianten mit verschiedenen Farbstufen zum Anlass genommen, die Onlineaktivitäten in diesem Frühling mit einer Partnerschaft mit der Luxus-Shoppingplattform

Net-à-Porter zu ergänzen. Die vor Kurzem gelaunchten Possession-Armreifen aus Weißgold für Herren sind bei Mr Porter, der Herrenabteilung der digitalen Nobelboutique, erhältlich.

Für Uhrenfreunde

Auf das wachsende Interesse, das auch Liebhaber edler Armbanduhren am Onlineshopping zei-

gen, reagiert Piaget ebenfalls. Seit Mitte September werden bei Mr Porter – hier sind bereits mit IWC, Montblanc und Baume & Mercier Schwestermarken aus dem Richemont-Konzern vertreten – vier Modelle aus der Altiplano-Reihe sowie acht aus der Polo S-Serie angeboten; eines der Highlights dabei ist auch die auf 888 Stück limitierte Piaget Polo S Chronograph Edition Black.



Von 8. bis 18. November macht die Wäscherei von Hermès in Wien Station.

Pop-up-Store HermèsMatic gastiert bald auch in Wien

Edler Waschsalon

Wien. Nach Paris, Amsterdam, München, Straßburg und Kyoto kommt der HermèsMatic, der Waschsalon für die begehrten Seidentücher von Hermès von 8. bis 18. November nach Wien.

Neuer Look für alte Tücher

In dem mit vielen Waschmaschinen im Hermès-typischen Orange ausgestatteten Store in der Jasomirgottstraße 4 kann man seine Nobeltücher aber nicht einfach

nur kostenlos reinigen lassen, sondern ihnen gleich auch ein trendiges Makeover verpassen lassen; dafür stehen Textilfarben in vielen verschiedenen Nuancen zur Verfügung, und das Personal berät gern bei der Auswahl. Nach zwei Tagen kann man das zum Unikat gewandelte Tuch abholen.

Neben dem Färbeservice bietet der Pop-up-Store auch ein buntes Sortiment von Mini-Fliegen, Twillies und Carrés aus der aktuellen Kollektion zum Kauf an. (red)

Rochade Die Nobelboutique Fisher's Focus und der Philipp Plein-Flagship-Store tauschen die Plätze

Zwei Flagship-Stores in neuem Glanz

Wien. Für anspruchsvolle Fashionistas war die Goldschmiedgasse 2 jahrzehntelang beliebte Anlaufstelle bei der Suche nach exklusiven Modekreationen, Designertaschen und Luxuschuhen. Seit Sommer residiert die Boutique am Bauernmarkt, wo bisher der Philipp Plein-Flagship-Store war. Grund für den modischen Stellungswechsel war, dass dieser erweitert wurde. Dabei ging es nicht nur um eine größere Fläche, sondern auch um die Umsetzung eines weltweit völlig neuen Konzepts.

„Wien ist die erste Stadt mit einer Plein World, in der die Kollektionen für Damen, Herren und Kinder sowie die Plein Sport-Linie un-

ter einem Dach vereint sind“, freut sich Ernst Fischer, Inhaber beider Boutiquen.

Bekannte & neue Highlights

Für die Gestaltung, die auf bewährte Elemente wie den überdimensionalen kristallbesetzten Totenkopf, starke Schwarz-Weiß-Kontraste, glänzenden Marmor und Metall setzt, zeichneten die Architekturfürmen Claudio Pironi & Partners und CLS verantwortlich. Außergewöhnlich ist die Sportabteilung im Stil einer Turnhalle mit Kleiderstangen in Form von Hantelbänken und der animierten Runner-Figur. (red)



Der für Philipp Plein typische kristallbesetzte Totenkopf dominiert das Boutique-Entrée.

SHORT

Luxusschuhe für den Nachwuchs



© Dolce & Gabbana

Mytheresa startet neue Rubrik mit Nobel-Schuhmode für Kinder.

München. Das Luxus-Onlineportal Mytheresa.com liebäugelt mit markenaffinen Mädchen bzw. deren Müttern und hat vor Kurzem einen temporären Schuh-Store gelauncht.

Im Angebot sind Modelle für Mädchen (in den Größen 22 bis 33) und Damen von Gucci, Dolce & Gabbana, Aquazzura und Charlotte Olympia. (red)

Swissness trifft auf Bayern



© IWC

Die noblen Uhren von IWC haben jetzt auch in München ein chices Zuhause.

München. In der Bayernmetropole hat IWC eine neue, rund 220 m² große Boutique eröffnet.

Im Erdgeschoss wird das umfangreiche Uhrensortiment präsentiert, darunter die Sonderedition des Portugieser Chronograph Rattrapante mit einer Gravur der Münchner Frauenkirche. Optische Highlights sind ein alter Kachelofen, der als Handy-Ladestation dient, und eine Wandinstallation in Form eines Uhrwerks.

Im ersten Stock befindet sich die Uhrmacherwerkstatt, eine elegante Lounge sowie eine Bar mit Bierzapfanlage. (red)

Exklusiver Concept-Store



© Resort

Resort punktet mit feinen Produkten von hochwertigen Manufakturmarken.

Innsbruck. Außergewöhnliche Möbel, Heimtextilien und Wohnaccessoires, exklusive Nischenparfüms, chice Taschen und Rucksäcke, erlesene Spirituosen, Gewürze und Delikatessen oder hochwertige Naturkosmetik für Haut und Haar – mit seinem Concept Store Resort wendet sich Inhaber Daniel Matt an Menschen, die das Besondere suchen.

Rund um Naturkosmetik werden auch Workshops mit individueller Beratung angeboten. (red)