

SHORT

Sapina Holding
trägt jetzt La Perla



Über die Höhe des „Spitzen“-Deals verraten Käufer und Verkäufer nichts.

Amsterdam. Die italienische Luxuswäschemarke La Perla hat einen neuen Besitzer.

„Wir haben seit einiger Zeit geplant, im interessanten Segment der Luxusmarken zu investieren. Nach gründlicher Analyse einer Reihe von Möglichkeiten freuen wir uns, dass wir die Akquisition von La Perla sichern konnten“, kommentiert Lars Windhorst, CEO der Sapinda Holding. Wie viel man an den ehemaligen La Perla-Inhaber Silvio Scaglia gezahlt hat, wurde nicht genannt. (red)

Hier steht Luxus
am Lehrplan



Bernard Arnault als Oberlehrer: LVMH-Konzern startet Online-Lehrgang.

Paris. Der LVMH-Konzern hat vor Kurzem in Kooperation mit 45 europäischen Unis das Online-Lernprogramm „Inside LVMH“ gestartet. Die Video-Tutorials vermitteln Spezialwissen rund um die Luxusindustrie sowie Einblicke in die verschiedenen LVMH-Marken und sollen vor allem dazu dienen, neue Talente zu finden.

Die besten 200 Absolventen dürfen sich auf ein Jobangebot bei einem Unternehmen des Luxus-Giganten freuen. (red)

Ardbeg setzt
auf Expansion



In den nächsten beiden Jahren wird das Whisky-Werk deutlich vergrößert.

Isle of Islay. Die zum LVMH-Konzern gehörende Whisky-Destillerie Ardbeg freut sich über wachsende Nachfrage nach ihren edlen Single Malts. Allein das im Jahr 2000 gegründete Ardbeg Committee, ein Club begeisterter Fans, hat bereits mehr als 100.000 Mitglieder in 140 Ländern. Daher hat man beschlossen, die Kapazitäten jetzt zu verdoppeln.

Der umfangreiche Aufbau des Werks soll in rund zwei Jahren abgeschlossen sein. (red)



Auf der diesjährigen Eurocucina in Mailand wird Strasser Steine den Koch-Monolithen St-One in einer neuen Steinvariante präsentieren.

Vorwärts in die Steinzeit

Strasser Steine will mit seiner Luxus-Kücheninsel St-One jetzt auch international groß aufkochen.

BRITTA BIRON
St. Martin i. Mühlkreis. Bei hochkarätigen Steinen denkt man in erster Linie an Diamanten, Smaragde und Rubine; aber auch Mineralien, die längst nicht so selten sind, haben luxuriöses Potenzial. Das hat der österreichische Naturstein-Spezialist Strasser Steine erkannt und vor drei Jahren den Küchenblock St-One vorgestellt. Ein außergewöhnliches Einrichtungstück, das ganz dem Geschmack von Kunden im Highend-Bereich entspricht.

Stein zeigt sich luxuriös ...

21 Top-Küchenstudios in Österreich, Deutschland und der Schweiz haben St-One bereits in ihrem Programm. Klar, dass bei einem Preis von gut 60.000 € keine

großen Absatzzahlen möglich sind, „wir bewegen uns da natürlich in einer engen Nische, aber unsere Partner haben bereits einige Projekte realisiert“, freut sich Strasser Steine-Geschäftsführer Johannes Artmayr.

Mittlerweile reichen die „Steinkreise“ bereits bis nach Übersee. Ein Vertriebspartner aus den USA hat den Koch-Monolith für seine Schauräume in New York City und in Florida geordert, und im Jänner wurde ein weiterer an ein Nobel-Küchenstudio in Shanghai geliefert.

... individuell und auch ...

Dass der Monolith am Markt gut ankommt, liegt aber nicht nur an seiner außergewöhnlichen Optik, sondern auch daran, dass er sich den jeweiligen Wohnsituationen

und Geschmäckern anpasst. Aktuell gibt es St-One in fünf Stein-Designs und fünf Größen, andere Abmessungen sind auf Anfrage möglich. Die Anordnung von Kochfeld und Spüle richtet sich nach den Kundenwünschen, und die Massivholzladen mit indirekter Beleuchtung sind in Räuchereiche oder europäischem Ahorn erhältlich.

„Mit St-One zeigen wir, was handwerkliche Perfektion und überragende Designqualität ausmachen“, erklärt Artmayr und rechnet damit, in den nächsten beiden Jahren je 20 bis 25 der exklusiven Naturstein-Inseln in den USA und Asien platzieren zu können.

Auch Moskau, St. Petersburg und der Nahe Osten seien interessante Märkte. „Im Highend-Bereich ist die Klientel und ihr Geschmack sehr international.“ Zusätzliches Interesse auf globaler Ebene soll

die Vorstellung von St-One in einer neuen Steinart auf der Eurocucina bei der Möbelmesse in Mailand von 17. bis 22. April bringen – auch für das Kerngeschäft, also hochwertige Küchenarbeitsplatten aus Naturstein oder Keramik.

... von der smarten Seite

In diesem Bereich hat man seit dem Vorjahr ebenfalls etwas Außergewöhnliches für anspruchsvolle und designaffine Hobbyköche zu bieten: Gemeinsam mit dem österreichischen Smarthome-Spezialisten Loxone wurde TouchStone entwickelt. Über ein Bedienfeld, das wie eine Ziergravur wirkt, und die darunter liegende Elektronik lassen sich verschiedene Funktionen wie Beleuchtung, Unterhaltungselektronik oder Jalousien steuern.

Da schau her Porsche Design feiert 40. Geburtstag der Eyewear-Kollektion mit einer Reihe von neuen Modellen

Damit kann man schöne Augen machen

Zell am See. 1978 präsentierte Porsche Design mit der P’8478 die weltweit erste Sonnenbrille mit Wechselglas-Mechanismus, die rasch zur Stilikone und seither mehr als neun Millionen Mal verkauft wurde. Daneben lancierte Porsche Design weitere, äußerst erfolgreiche Brillenmodelle wie die faltbare P’8480 oder die von der Skibrille inspirierte P’8479, bekannt als Shield- oder Yoko Ono-Brille, die in den 80er-Jahren ein Must-have-Accessoire war und seit 2009 wieder im Programm ist.

Das 40jährige Jubiläum der Eyewear-Linie wird natürlich mit besonderen Modellen gewürdigt: Von der P’8478 gibt es eine limitierte

Sonderedition mit mattschwarzer Titan-Fassung, goldfarbenen Akzenten, grauen Verlaufsgläsern und vier Paar Wechselgläsern; im Set inkludiert ist auch eine Reisebox und ein Etui.

Ausgezeichnetes Design

Zu den Neuheiten im Programm zählt das bereits mit dem iF Design Award 2018 ausgezeichnete Modell P’8663, dessen Besonderheiten seitliche Cut-outs in der Titanfassung und bündig eingefräste Gläser sind. Ein echter Hingucker ist auch die neue Ti-Namic, bestehend aus zwei Sonnen- und zwei Korrekturbrillen. (red)



Designklassiker: Auch mit 40 Jahren ist die P’8478 mit Wechselglassystem noch en vogue.