

SHORT

Wolford-Stores
im neuen Look

© Modijefsky

Das moderne Konzept soll vor allem die junge Zielgruppe ansprechen.

Bregenz. Seine Online-Shops hat der Vorarlberger Strumpf- und Dessoushersteller Wolford bereits dem neuen Markenbild angepasst, jetzt folgen auch die stationären Stores.

Im neuen Look – einem vom niederländischen Interiorsign-Büro Studio Modijefsky konzipierten Mix aus verspielter Noblesse und Industrie-Chic – präsentieren sich bereits zwei Filialen in Paris sowie jeweils eine in Amsterdam und Los Angeles. (red)

Nobelkaufhaus
der Zukunft

© PantherMedia/Photo: Wissavapitbat

Der Pariser Prachtboulevard bekommt neuen Shopping-Tempel.

Paris. In wenigen Tagen, am 28. März, eröffnen die Galerie Lafayette auf den Champs-Élysées eine neue Filiale.

Auf die bisher für die Nobelkaufhäuser typischen Shop-in-Shops für einzelne Marken bzw. Themen wurde zugunsten einer Mischung aus Concept-Store und Eventlocation verzichtet, um den Kunden ein neuartiges und anregendes Ambiente zu bieten. Auch klassisches Verkaufspersonal gibt es nicht, sondern 300 speziell geschulte Personal Stylists für die ganz individuelle Einkaufsberatung. (red)

Japan-Style bei
Mr Porter

© Yoox Net-A-Porter Group

Über Mr Porter ist das Label Beams F erstmals auch global erhältlich.

London. Zu den jüngsten Neuzugängen im Sortiment von Mr Porter zählt Beams F, das bisher nur in Japan erhältliche Premiumlabel des japanischen Modeunternehmens Beams.

Die Kollektion besteht aus 28 Ready to Wear-Teilen – von Sakkos und Blousons über Hosen bis zu Hemden und Shirts – sowie drei Krawatten. Bei den Farben dominieren Blau, Braun, Olivgrün und Weiß. (red)

Past, Present & Future

Die Manufaktur Czapek & Cie eröffnete in Genf ihren ersten Monobrand-Store.



© Czapek & Cie (2)

Anlässlich der Eröffnung der ersten Monobrand-Boutique brachte Czapek & Cie das auf 18 Stück limitierte Quai des Bergues-Sondermodell „Midnight in Geneva“ heraus.

BRITTA BIRON

Genf. Im Herzen der Stadt, in der Rue de la Corraterie Nr. 18, hat Czapek & Cie seine erste Monobrand-Boutique eröffnet. Zumindest die erste, seit die Marke 2011 von Xavier de Roquemaurel, einem auf die Luxusbranche spezialisierten Marketingberater und passioniertem Uhrensammler, dem Kunstexperten Harry Guhl und dem Uhrmacher Sébastien Follonier wieder zum Leben erweckt worden war.

Zurück zum Ursprung

Das ursprüngliche Unternehmen, 1845 von dem aus Polen stammenden Uhrmacher François Czapek gegründet, betrieb in Genf, aber auch in Paris und Warschau, Verkaufsräumlichkeiten und Ateliers.

Eine Hommage an den einstigen Sitz der Manufaktur in der Schweizer Uhrenmetropole ist die Quai des Bergues-Kollektion, die zur Feier der neuen Boutique um ein



auf 18 Stück limitiertes Sondermodell namens Midnight in Geneva ergänzt wurde.

Bezüge zur Vergangenheit spielen bei Czapek & Cie zwar eine wichtige Rolle – dazu gehört auch, dass man wie das Vorgängerunternehmen einen Bespoke-Service für maßgefertigte Uhren bietet –, aber

sonst agiert man ganz auf der Höhe der Zeit und mit einem Blick in die Zukunft.

Dies führte auch zum Plan für eine eigene Boutique, nachdem man erkannt hatte, dass der Vertrieb allein über den Fachhandel nicht ausreicht, um die Ziele hinsichtlich Markenbekanntheit und Verkaufszahlen zu erreichen.

„Wir können nicht einfach darauf warten, dass die Händler uns entdecken“, spricht Roquemaurel ein Problem an, vor dem praktisch jede kleine, unabhängige Manufaktur steht. Zudem bietet eine eigener Store mehr Möglichkeiten, die Philosophie und den Spirit der Marke perfekt zu inszenieren.

Blick in die Zukunft

Ein intensiver Austausch mit Kunden und Fans steht dabei im Fokus – schon die Finanzierung des Neustarts erfolgte mit deren Unterstützung über eine Crowdfunding-Aktion –, und das spiegelt sich auch im Design der Boutique

wider. Möbel im Midcentury-Stil, geschmackvolle Blumenarrangements und moderne Wandvitriolen, in denen die edlen Zeitmesser fast beiläufig präsentiert werden, schaffen ein elegantes, aber unpräzises Wohnzimmerflair.

„Es ist das perfekte Umfeld, um mit unseren Sammlern und Freunden über neue Modelle und Personalisierungsmöglichkeiten zu sprechen, aber auch die Marke potenziellen Kunden und allen Uhrenliebhabern die faszinierende Welt der Haute Horlogerie näher zu bringen“, erklärt Roquemaurel.

Geöffnet ist die Boutique jeden Abend von Dienstag bis Samstag sowie nach individueller Terminvereinbarung.

Wichtig ist der neue Standort auch dahingehend, als das langfristige Ziel die Genfer Punze und dafür ein Atelier in Genf erforderlich ist. Entsprechenden Platz für eine solche Erweiterung stünde ab dem nächsten Jahr zur Verfügung, denn dann werden die Räumlichkeiten über der Boutique frei.

Watchdreamer Schweizer Start-up macht den Traum von der Luxusuhr auch für kleine Budgets wahr

Step by Step zum edlen Zeitmesser

Pully. Wenn das Budget für die Traumuhr nicht reicht, dann gab es bisher drei Möglichkeiten: die Kaufsumme mühsam ansparen, eine günstigere Alternative wählen oder verzichten.

Mit seiner Ende 2018 gestarteten Online-Plattform Watchdreamer bietet der Schweizer Jungunternehmer Nicolas Hildebrand jetzt eine zusätzliche Alternative: den Ratenkauf.

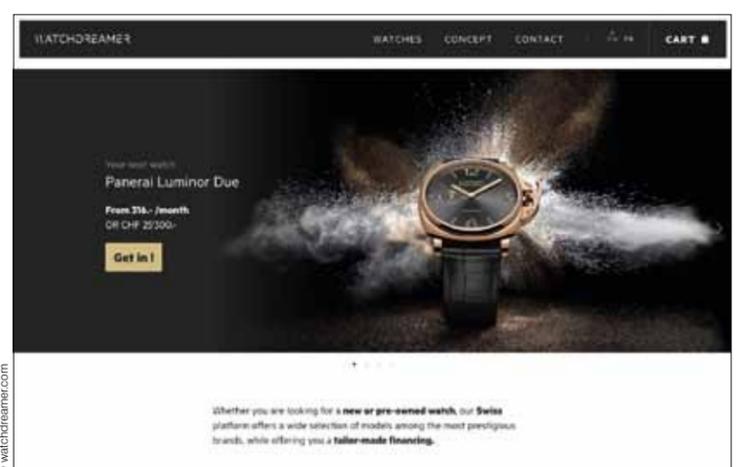
Luxus auf Pump

Neu ist die Idee im Grunde nicht – man denke etwa nur daran, dass gut ein Drittel aller neu zugelassenen privaten Pkw geleast ist oder

Finanzierungsmodelle auch im Elektrohandel längst üblich sind. Warum also nicht auch für Uhren?

Im Angebot von Watchdreamer befinden sich derzeit mehr als 540 Uhren – hauptsächlich neue, aber auch einige aus zweiter Hand – bekannter Nobelmärken, wie Rolex, Breitling, Omega, Hublot, Audemars Piguet oder Zenith.

Eine Teilzahlung wird für Modelle ab einem Verkaufspreis von 3.400 CHF angeboten. Die Abwicklung des Kredits erfolgt über den Schweizer Finanzintermediär Creditum, die Zinsen betragen je nach Bonität, Vertragssumme und Laufzeit zwischen 4,5 und 9,8 Prozent. (red)



© watchdreamer.com

Das Angebot von Watchdreamer umfasst neue und pro-owned-Luxusuhren.