



© Maximilian Sauer, Steffl The Department Store (4)



Fashion von Munthe, Schuhe von Aquazurra, Seidenpyjamas von Yolke und Taschen von Strathberry zählen zu den Top-Neuheiten im Sortiment des Steffl.



Chice *Neuzugänge* im Steffl

Große Top-Marken, Nischenbrands und trendige Newcomer – der besondere Mix in Wiens Einkaufstempel Nr. 1 zieht an.

BRITTA BIRON

Wien. Öfter mal was Neues – das Motto gilt nicht nur für Fashionistas, sondern natürlich auch für die Shopping-Profis in der Einkaufsabteilung des Steffl. Pro Saison wählen sie aus dem schier unendlichen Angebot an großen und kleinen, renommierten und noch eher unbekannten Brands 20 bis 25 aus, die neu ins Sortiment kommen.

Große Vielfalt ...

Im The 6th Floor, dem Paradies für Fans chicen Schuhwerks, gibt es seit Kurzem die Kreationen von Aquazurra. „Die Marke überzeugt durch feinst selektierte Materialien, perfekte Proportionen und Formgebung, trendige Farben und einen trotz der hohen Absätze unvergleichlichen Tragekomfort“, schwärmt Steffl-Geschäftsführer Thomas Pelz.

Eine Etage darunter, in der Denim & Trend-Abteilung, ist das dänische Label Munthe eingezogen. Sehr feminine und moderne Schnitte, wunderschöne Prints, eine an-

„Wir geben gern auch kleinen Marken die Chance, sich zu beweisen.“

THOMAS PELZ
GESCHÄFTSFÜHRER STEFFL

genehme Passform und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis zeichnen diese Mode aus.

Ein weiterer spannender Neuzugang findet sich im Lingerie-Atelier im 1. Stock. „Yolke ist eine optimale

Ergänzung im Bereich Nachtwäsche und überzeugt durch Modernität im Design, tolle handwerkliche Qualität und die Ausrichtung an eine jüngere Zielgruppe“, zählt Pelz die wesentlichen Assets der jungen britischen Marke auf. Dass Meghan, Herzogin von Essex, ein Faible für die Nobelhandtaschen von Strathberry hat, hatte der 2011 gegründeten schottischen Marke zu internationaler Bekanntheit verholfen, die schlicht-eleganten Designs und die hochwertige Verarbeitung waren weitere gute Gründe, das Label ins Steffl-Sortiment zu nehmen.

... auf hohem Niveau

Insgesamt legt man Wert auf einen guten Mix aus bekannten Top-Marken und Nischenbrands und gibt auch jungen Designern, die erst am Anfang ihrer Karriere stehen, gern eine Starthilfe. Mit

Special Private Events für die Mitglieder des Kundenclubs und maßgeschneiderten Kampagnen wird das Interesse an den Neulingen geweckt, die drei Saisons haben, um sich zu beweisen.

Pelz dazu: „Der Einkauf kann sich in diesem Zeitrahmen auch auf die Geschmäcker des Kunden einstellen und dementsprechend für die nächste Saison einkaufen. So kann sich die Ausrichtung einer Marke in verschiedenen Metropolen sehr unterscheiden, da die Geschmäcker und Vorlieben der Kunden, was Farben, Schnitte und Warenteile betrifft, regional sehr unterschiedlich sein können.“

Daneben beeinflusst auch das Thema Nachhaltigkeit, das derzeit im Modebusiness stärker in den Blickpunkt rückt, die Sortimentspolitik. „Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, die Awareness unseres Kunden dahingehend zu steigern, da wir oftmals gemerkt



haben, dass die Sensibilität für dieses Thema noch nicht stark genug ausgeprägt ist. In der kommenden Einkaufsphase legen wir daher einen besonderen Fokus auf Fair Fashion-Labels und werden uns auch bei unserer Eigenmarke intensiv damit beschäftigen. In unseren Lieferantengesprächen informieren wir uns genau, woher die Materialien kommen und wo sie verarbeitet werden. Wichtige Kriterien sind gesundheitliche Unbedenklichkeit, soziale Standards und Produktionsbedingungen sowie ökologische Abbaubarkeit“, erläutert Pelz.

Swarovski Iris van Herpen-Installationen im Kristallwelten-Store Wien

Kunstvolle Schaufenster-Deko

Wien. Seit mittlerweile zehn Jahren kooperiert Swarovski bei der Gestaltung der Auslagen des Wiener Flagship-Stores mit Künstlern und Modeschöpfern. Diesmal fiel die Wahl auf die niederländische Designerin Iris van Herpen, bekannt für ihre skulpturalen Haute Couture-Kreationen, von denen zwei in den Glaskuben ausgestellt sind.

Gemeinsam mit anderen Kreativen, wie dem Bildhauer Adam Casotto, dem Glaskünstler Bernd Weinmayer und den Visual Artists Warren du Preez und Nick Thornton Jones, konzipierte und schuf van Herpen eigens für Swarovski drei weitere, aufsehenerregende Installationen. (red)



Die fünf Kunstbühnen des Stores präsentieren wie gewohnt visuelle Highlights.

assembly19 50 junge Designer präsentieren sich in Graz

Mode-Avantgarde

Graz. Für drei Tage, vom 24. bis 26. Mai, verwandelt sich die steirische Hauptstadt zum Mekka für Fans unkonventioneller und experimenteller Mode. Beim assembly-Designfestival, das seit seinem Start 2003 fixer Bestandteil des Designmonats Graz ist, präsentieren 50 junge Designer aus dem In- und Ausland Mode, Accessoires und Schmuck fernab des Mainstreams.

Der Space01 im Kunsthaus sowie die Murinsel sind Schauplätze der Fashionshows; begutachten und kaufen kann man die Kreationen im Space02. Highlight ist die Verleihung des „Kastner & Öhler Fashion Award“ mit After Show-Party am 24. Mai. (red)



Das assembly-Designfestival geht von 24. bis 26. Mai in Graz über die Bühne.