

Luxuriöser Kreislauf

Vestiaire Collective startet mit Alexander McQueen ein neues Circular Fashion-Programm.

BRITTA BIRON

Paris. Mit weltweit gut zehn Mio. Mitgliedern gehört die Plattform Vestiaire Collective zu den Big Playern im Resale von Designerkleidung und Edel-Accessoires, einem Marktsegment, das in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen und auch bisher vergleichsweise gut durch die Krise gekommen ist.

Kein Wunder, denn das Geschäft verläuft zunehmend digital und damit wenig von den Lockdowns betroffen. Außerdem hat die Pandemie den Wunsch nach einem be-

„Wir freuen uns sehr, Brand Approved mit Alexander McQueen zu starten.“

FANNY MOIZANT, MITBEGRÜNDERIN UND PRÄSIDENTIN VON VESTIAIRE COLLECTIVE

wussteren und umweltfreundlichen Konsum weiter verstärkt. Statt vieler Fast Fashion-Teile lieber ein paar hochwertige Secondhand-Stücke, gerne auch aus zweiter Hand – vorausgesetzt, es handelt sich um Originale.

Bei einer im Vorjahr von Vestiaire Collective durchgeführten Umfrage gaben 69% der 7.000 Teilneh-



Mit Sicherheit original: Das Brand Approved-Programm ergänzt den Authentifizierungsprozess von Vestiaire Collective.

mer an, künftig mehr gebrauchte Kleidung kaufen zu wollen, 74% äußerten den Wunsch nach direkt von den Marken authentifizierten Produkten, 70% würden eigene Resale-Programme der Hersteller begrüßen, und 62% plädieren für eine engere Kooperation zwischen Marken und Resale-Anbietern.

Edle Kooperation

Das alles nahm man bei Vestiaire Collective zum Anlass, um ein neues Angebot zu entwickeln, das Mitte Februar gestartet ist. „Unser Brand Approved-Programm bietet

eine nachhaltige Lösung, das die Bedeutung der Lebensdauer unserer Kleidung unterstreicht und den Modemarken die Möglichkeit gibt, ihre linearen Geschäftsmodelle aufzubrechen und Circular Fashion aktiv umzusetzen“, erklärt Fanny Moizant, Mitbegründerin und Präsidentin der Resale-Plattform, und freut sich über Alexander McQueen als ersten Partner.

„Wir engagieren uns sowohl im Atelier als auch bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für die Förderung von Circular Fashion und hoffen, dass viele Modehäuser unserem Beispiel folgen werden,

denn um eine greifbare Wirkung in der Modebranche zu erzielen, müssen wir *gemeinsam* aktiv werden. Wir sind zuversichtlich, dass unsere Kunden begeistert sein werden, Teil einer Initiative zu werden, die einen neuen und nachhaltigeren Standard für die Zukunft setzt“, sagt Emmanuel Gintzburger, CEO der Luxusmarke.

Das Luxuslabel kauft direkt vom Anbieter gegen einen Gutschein für Neuware. Nachdem die Ware die Authentifizierung bei Vestiaire Collective durchlaufen haben, wird sie mit einem NFC-Etikett versehen, das die Echtheit bestätigt.



Puristisch-elegantes Design zeichnet sowohl Mode als auch Storedesign aus.

Nehera Weltweit erster Monobrand-Store eröffnet

Premiere in Wien

Wien. Edle Stoffe, feine Verarbeitung, puristische Schnitte, eine grüne Philosophie und ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis – mit diesem Konzept kann die bereits in den 1930er-Jahren gegründete und 2014 erfolgreich wiederbelebte slowakische Premiummarke Nehera bei einem wachsenden Kundenkreis punkten.

In mehr als 130 Multibrand-Shops rund um die Welt und dem Shop auf der Markenwebsite ist die Fashion mittlerweile erhältlich

und seit Kurzem auch im ersten Monobrand-Store. Das rund 100 m² große Flagship am Bauernmarkt wurde in Zusammenarbeit mit innovativen Architekten und Interior Designern wie Martin Skocek, Pavol Dobsinsky und Miroslav Kral betont reduziert und sehr modern gestaltet.

„Wien gehört für uns zu den wichtigsten Modestädten der Welt“, erklärt Ladislav Zdút, Inhaber und Geschäftsführer, die Standortwahl. (red)

One of One Multi-Concept-Store der Dots Group serviert besondere Leckerbissen für Uhrenliebhaber

Haute Horlogerie trifft auf moderne Kunst

Wien. Bis man sich im Fine Dining-Chinarestaurant Mr. Wow, im Bistro Newman oder der Martini-Bar Chin Chin wieder feine Speisen und Drinks schmecken lassen kann, wird wohl noch einige Zeit vergehen, aber seit dem Lockdown-Ende im Handel kommen zumindest Liebhaber edler Zeitmesser auf ihren Geschmack.

Auf dem Menüplan des One of One Concept-Stores stehen seltene Sammlermodelle verschiedener Nobelmarken, wie zum Beispiel HYT Watches, Urwerk Geneve, Jacob & Co., Zenith, Parmigiani, Greubel Forsey oder Bell & Ross.

„Wir wollen Sammler mit exklusiven Stücken überraschen, die

schwer zu bekommen sind“, sagt Dots-Inhaber Martin Ho.

Exquisiter Rahmen

Besonders ist auch das Ambiente: Die Vitrinen mit den edlen Zeitmessern werden von modernen Gemälden und Kunstinstallationen flankiert, farbenfrohe Polstermöbel bieten Platz für Kontemplation und Kommunikation.

„Wenn Kunstfans und Uhrenliebhaber in einer Ausstellung aufeinandertreffen, ergeben sich neue Sichtweisen, denen wir im ‚One of One Concept-Store‘ einen exklusiven Rahmen geben“, beschreibt Ho das Konzept (red)



Präsentiert werden außergewöhnliche Sondermodelle und seltene Sammlerstücke.

SHORT

Große Chancen für Modehändler



Connected Retail steht jetzt auch österreichischen Shops zur Verfügung.

Berlin. Mitte Februar hat Zalando sein Connected Retail-Programm auf Österreich ausgeweitet. So können auch österreichische Modehändler ihre Shops direkt an die Plattform anschließen und ohne aufwendige eigene Digitalmaßnahmen Millionen von Online-Shoppern erreichen.

Heuer soll das Connected Retail-Programm noch auf Belgien, Frankreich, Italien und die Schweiz ausgeweitet werden. Außerdem ist eine neue Filteroption in Vorbereitung, mit der Endverbraucher direkt nach Produkten lokaler Geschäfte suchen können. (red)

Pop-up-Store für Herrenmode



Großes Angebot, hohe Qualität und kleine Preise, ist hier die Devise.

Wien. „Ich bin überzeugt, dass die Menschen nach Corona weitaus mehr das Bedürfnis haben, sich gut zu kleiden und die Zeiten der festlichen Anlässe auch wiederkommen werden“, ist Martin Sturm, Inhaber des Wiener Herrenausstatters Sturm, überzeugt und bietet mit dem PopUp.Gentleman auf der Landstraßer Hauptstraße 13 eine Möglichkeit, sich besonders günstig mit feiner Mode einzudecken.

Das umfangreiche Sortiment umfasst Anzüge, Sakkos, Mäntel, Smokings, Cutaways, Westen sowie auch dazu passende Accessoires. Für ein entspanntes und sicheres Einkaufserlebnis im PopUp.Gentleman sorgt ein umfangreiches Maßnahmenpaket zur Einhaltung aller Covid-19-Richtlinien. (red)

IMPRESSUM

Medieninhaber:
medianet Verlag GmbH
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
<http://www.medianet.at>

Gründungsherausgeber: Chris Radda
Herausgeber: Germanos Athanasiadis,
Mag. Oliver Jonke
Geschäftsführer: Markus Bauer
Verlagsleiter: Bernhard Gily

medianet luxury brands&retail
Chefredakteurin:
Sabine Bretschneider (sb)
Leitende Redakteurin: Britta Biron (bb)
Consulting: Monika Athanasiadis
Lektorat: Christoph Strolz **Grafik/Produktion:** Raimund Appl, Peter Farkas **Fotoredaktion/Lithografie:** Beate Schmid **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn.

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen; Gerichtsstand ist Wien. Gastbeiträge müssen sich nicht mit der Meinung der Redaktion decken.

Offenlegung gem. § 25 Mediengesetz:
medianet.at/news/page/offenlegung