

Nr. 43/44 16. Dezember 2016

Fr. 8.50

TEXTIL-REVUE

Neue Wohntextilien:
Der Reiz des Zufalls

Flächen liefern Glücks-
gefühle «to go»

Remei AG erschliesst
neue Märkte

DAVID FUSSENEGGER



Flächen liefern Glücksgefühle «to go»

Die Gesellschaft befindet sich in einer Umbruchphase, die sich auch auf den Fachhandel auswirkt. Die Digitalisierung ist nicht aufzuhalten: «Aber in einer Zeit der permanenten Reizüberflutung und der flüchtigen Begegnungen kann der stationäre Handel das wachsende Bedürfnis nach Entschleunigung befriedigen», betont Michael Hahnloser. Sein Maison Gassmann ist nur ein Beispiel zahlreicher sinnlicher Einkaufswelten, die 2016 mit oft hohen Investitionssummen realisiert wurden und zeigen: Das stationäre Einkaufserlebnis kriert einmalige Emotionen. **Gisela Luther**



Manor investiert Millionen in neue stationäre Einkaufserlebnisse

Auch für die Warenhauskette Manor war 2016 kein einfaches Jahr. «Wir stellen uns jedoch den Herausforderungen im Fachhandel mit Kundenorientierung, Kreativität und Innovation», so Manor-CEO Bertrand Jungo. Und die Warenhausgruppe von Maus Frères lässt sich das Inzernieren neuer Einkaufserlebnisse einiges kosten. Der Mutterkonzern hat allein in die Realisation des neuen Warenhauses in Bachenbühlach, das die Konzepte Manor und Jumbo Baumarkt unter einem Dach vereint, rund 30 Millionen Franken investiert. Mit einer innovativen, mit der Konzeptagentur Malherbe Design Paris erarbeiteten Gestaltung der Verkaufsfächen soll dieses Manor-Warenhaus neue Standards für die gesamte Gruppe setzen. «Es ist unser Anspruch, unseren Kunden immer wieder aufs Neue ein begeisterndes Einkaufserlebnis zu bieten. Mit unserem inspirierenden Ambiente beleben wir den Schweizer Detailhandel», betont Bertrand Jungo.

12



Das Hutmacherhandwerk bei Risa live erleben

2010 haben Mutter Gabriela und Sohn Julian Huber die letzte Hutmanufaktur in der Schweiz übernommen. «An unseren hausinternen Events haben wir erlebt, dass das Handwerk und das daraus entstandene Produkt extrem interessieren», betont Hutmacher und Risa-Firmenchef Julian Huber, der Anfang November 2016 seinen ersten eigenen Laden an der Geroldstrasse, unmittelbar neben dem Freitag-Tower, realisiert hat. Damit möchte er mehr Kundennähe, eine sichtbarere Präsenz der Marke Risa und des Hutmacherhandwerks erreichen. Zum Ladenkonzept gehört auch eine Werkbank und es werden vor Ort einige Arbeitsschritte, Anpassungen und Reparaturen ausgeführt. Damit soll nicht nur die Hutmacherei erlebbar gemacht werden, Julian Huber betont auch, dass das Interesse der Kundschaft daran, zu wissen, woher ein Produkt kommt, spürbar gewachsen sei.



Fiona hat in Zürich ihre eigene Welt kreiert

Fiona Knecht hat 2016 mit ihren fantasievollen Pin-up-Illustrationen auf Seiden-Foulards für Furore gesorgt. Wie hart es im Handel zu und her geht, weiss die Designerin aus eigener Erfahrung. Das von ihren Eltern gegründete CD-Studio muss Ende 2016 schliessen. Trotzdem hat sich die Zürcherin ihren Traum vom eigenen Laden inklusive Atelier an der Hohlstrasse 7 in Zürich erfüllt: «Ich glaube in einer Zeit, in der vieles anonym und digitalisiert stattfindet, fasziniert der direkte Bezug zur Künstlerin/Designerin viele Menschen. Meine Kundinnen und Kunden lassen sich gerne von meiner Fantasie verzaubern, sich in eine andere Welt entführen. Das gibt mir Mut, einfach mein Ding zu machen. Für mich ist Fantasie der Schlüssel zum Glück. Wenn meine Kundinnen ein Foulard sehen und strahlen, weiss ich, dass ich etwas richtig gemacht habe.»



Vom Online-Store zum Pop-up-Erfolg

Mit The Backyard hat Sara Schär einen erfolgreichen Online-Shop aufgebaut, der 2016 erstmals auch stationär entdeckt werden kann. Die «Pop up Allee» war so erfolgreich, dass die junge Unternehmerin mit «Just another Pop up» zum Jahresende gleich ihren zweiten temporären Laden aufgemacht hat, in dem sie auch ihre eigene Kollektion zeigt. «Es ist toll einen Ort zu haben, wo die Kundinnen und Kunden vorbeikommen und die Kollektion ausprobieren können», freut sich Sara Schär. Mit der Möglichkeit, sich auch «nur» für einen statt der ganzen drei Monate einzumieten, bietet sie gerade jungen Labels eine gute Möglichkeit, sich zu präsentieren.



Textil-Revue Nr. 43/44, 16. Dezember 2016

Textil-Revue Nr. 43/44, 16. Dezember 2016



Freitag zieht ins Kaffeehaus

Geschäfte, in denen mehrere Konzepte aufeinander treffen, liegen im Trend. Auch Freitag hat sich für den zwölften eigenen Laden einen Partner gesucht und ist in Basel ins Kaffeehaus Mitte eingezogen. Die Grenzen zwischen Laden und Kaffeehaus sind hier fließend.

13

Der Fachhandel kreiert Emotionen



«Wir können dieses besondere Glücksgefühl auslösen»

Das St. Galler Ehepaar Baumann (Bild unten) arbeitet konstant an der Expansion des Familienunternehmens: Miguel Baumann hat seine Männerwelt in der Shopping Arena St. Gallen kürzlich um eine Sneaker-Fläche und ein Tailored-Konzept erweitert. Seine Frau, Hatice Baumann, kümmert sich derzeit mit viel Leidenschaft um die weibliche Kundschaft. Seit Ende September finden «Frauen mit Stil» im Frauennetzwerk Labels wie Liu Jo, Replay oder Guess. «Es läuft toll! Wir haben konstant eine gute Frequenz», freut sich Hatice Baumann. Sie und ihr Mann glauben beide felsenfest an das stationäre Einkaufserlebnis. «Im Laden etwas entdecken, anprobieren und mit nach Hause nehmen – das ist ein Glücksgefühl, das ein Online-Einkauf nicht vermitteln kann. Deshalb braucht es gute Läden, die dieses besondere Glücksgefühl auslösen», betont Hatice Baumann. Leidenschaft für das, was man tut, ein enger Kontakt zu den Kundinnen und stimmige Multi-Label-Flächen – für Hatice Baumann sind das die Erfolgsfaktoren.



Kleinbasel ist jetzt auch in Bern zu Hause

Nach Basel und Zürich hat nun auch Bern einen Kleinbasel-Laden. Tanja Klein hat im November 2016 ihr drittes Geschäft eröffnet. «Wir hatten die Chance, an bester Lage in Bern einen wunderschönen Laden zu eröffnen», freut sich Designerin Tanja Klein. «Nach wie vor bin ich der Meinung, dass ein Online-Store auf keinen Fall die gute Beratung in einem lokalen Geschäft ersetzen kann.» Der Berner Laden ist deshalb auch nicht nur temporär: «Wir sind gekommen, um zu bleiben», so Tanja Klein.



Roger Dudli weiss, worauf es Männern ankommt

Für seinen bisherigen Arbeitgeber war die Entscheidung von Roger Dudli, sich selbstständig zu machen, ein grosser Verlust, denn: Der Haka-Profi ist ein erfahrenes Verkaufstalent und seit mehr als zwölf Jahren Personal Shopper für Herrenmode. Seinen eigenen Laden hat Roger Dudli in Rheineck eröffnet, einer kleinen St. Galler Gemeinde, in deren «Städtli» er das einzige Fachgeschäft für Herrenmode führt, und das erst noch grenznah gelegen. Aber: «Es hat eingeschlagen wie eine Bombe. Viele meiner Stammkunden von früher kommen jetzt nach Rheineck. Sie schätzen meine direkte, ehrliche Beratung, und dass ich weiss, worauf es bei einem Mann outfit-technisch ankommt.» Die Ostschweizer Männer geben sich seit der Eröffnung Mitte Jahr die Klinke bei Roger Dudli in die Hand.



«Fachgeschäfte prägen das Gesicht der Stadt»

Dass ein Ende auch ein gelungener Neuanfang sein kann, hat Familie Hahnloser 2016 unter Beweis gestellt: Mit dem Umzug an den Weinplatz hat die fünfte Inhaber-Generation das Unternehmen übernommen und im neuen Store einen Ort kreiert, in dem sich alles um luxuriöse Mode dreht. «Unsere edlen Stoffe wollen erleuchtet und getragen werden, bevor man sie kauft», betont Michael Hahnloser, der Fachgeschäfte für einen wichtigen Bestandteil des sozialen, urbanen Zusammenlebens hält. «In einer Zeit der permanenten Reizüberflutung und der flüchtigen Begegnungen kann der stationäre Handel das wachsende Bedürfnis nach Entscheidungsbefriedigung.» Nicht nur das Einkaufserlebnis spiele eine wichtige Rolle, im Fachhandel sei eine anhaltende Beziehung mit der Kundschaft erst richtig möglich.

