

TEXTIL-REVUE

Dorelle: Musterbeispiel
aus der Provinz

Viele Gründe, die Blickfang
Basel zu besuchen

Inklusive Mode-Special
Herbst/Winter 2015/16

BEATE HEYMANN





D&A International Sales AG, Tägerwilten

Die Königin bekommt ihre eigenen Schlösser

In weniger als eineinhalb Jahren entwickelte sich Queen & Cult nach dem Start 2004 zu einer der erfolgreichsten Taschenmarken in der Schweiz. Um einer Überpräsenz vorzubeugen, reduzierte Inhaber Paolo Durante die Zahl der POS auf wenige gute Kunden. Nun plant er die komplette Vertikalisierung. Gisèle Luther

Weg vom Markt war die Premium-Ledertaschenmarke Queen & Cult zwar nie. Inhaber Paolo Durante und seine fürs Design verantwortliche Frau Maria Teresa haben aber ganz bewusst sowohl Verkaufspunkte als auch Kommunikation rund um ihre Hauptmarke reduziert. «Der Markt hat beim Start 2004 mehr als begeistert reagiert. In kürzester Zeit waren wir an zu vielen POS zu finden. Alle wichtigen Schweizer Geschäfte hatten Queen & Cult im Sortiment», so Paolo Durante, der nach über 20 Jahren im Textilbusiness genau weiss, wo sowohl bei der Produktion als auch in der Distribution die Herausforderungen liegen. Beinahe noch erfolgreicher ent-

wickelte sich die vier Jahre später gelaunchte Tochtermarke Princess & Cult: «Eine derart modische Ledertasche zu diesem unschlagbaren Preis – das macht uns so schnell niemand nach», ist Paolo Durante überzeugt. Nur durch grossen Arbeitseinsatz mit zahlreichen Reisen ins Produktionsland China in Kombination mit der hohen Design-Kompetenz sei ein solches Preis-Leistungs-Verhältnis überhaupt möglich.

Queen & Cult beinahe nur noch in eigenen Stores

Dank der 50-prozentigen Beteiligung des arabischen Partners Apparel Dubai konnten 2013 vier

Mono-Stores im Mittleren Osten realisiert werden – weitere 78 Läden sollen bis 2018 folgen. «Dank dieser Franchise-Partnerschaft hat sich Middle East zu einem unserer stärksten Märkte entwickelt», erklärt Paolo Durante. Auch in Europa wird die Hauptmarke Queen & Cult vor allem über eigene Läden und wenige ausgewählte Shops in grossen Warenhäusern wachsen. Die Hauptmarke, das Sublabel und die Herrenaccessoires-Linie King & Cult sollen fast komplett aus dem Fachhandel verschwinden, und damit werden die drei Labels vertikalisiert. In Berlin, Düsseldorf, München und St. Moritz wurden bereits ge-



Bestes Rindleder aus Europa, Fertigung in Italien und der Türkei: Queen & Cult ist ein Premium-Produkt.

«Auf die von Hand gefertigten Plated-Optiken der Hauptmarke Queen & Cult sind wir besonders stolz», erklärt Paolo Durante, Inhaber der D&A International Sales AG in Tägerwilten.

eignete Standorte für eigene Läden gefunden, Zürich und Wien sind in der Pipeline. Paolo Durante: «Wir wollen Markenkompetenz beweisen und eine komplette Lifestyle-Welt unter dem Hauptlabel Queen & Cult präsentieren.» Zum Portfolio gehören mittlerweile auch Foulards, Sonnenbrillen, Schuhe, Schmuck, Accessoires und Parfum. Auch die preisgünstigere, jüngere Linie Princess & Cult wird man über eigene Stores vertreiben.

Mit Princess Selection wird der Fachhandel bedient

Neben den drei eigenen Marken und dem erfolgreichen Private-Label-Business lancieren Paolo und Maria Teresa Durante mit ihrem Unternehmen D & A Internationale Sales eine weitere Linie. Sie soll die Lücke, die durch den Rückzug der Hauptmarken aus dem Fachhandel entsteht, schliessen. Bereits bisher mit Necessaires und Kosmetiktaschen bei Partnern wie Marionnaud und Import Parfumerie präsent, wird nun die neue Kollektion Princess Selection lanciert, die solche Accessoires aus hochwertigem PU beinhaltet. Bereits geplant ist die Erweiterung um modische Handtaschen: «Wir bieten dem Fachhandel weiterhin Produkte an, möchten aber unsere erfolgreichen Hauptmarken in einer eigenen Welt an ausgewählten Standorten präsentieren.» ■



Un-Dress, St. Gallen

«Green» Fashion ist gefragt wie nie

Nicht nur in Berlin haben sich «grüne» Messen als wichtiger Teil der Fashion Week etabliert. Die bereits vierte Edition des Öko-Fashion-Events Un-Dress in St. Gallen hat mit der ausverkauften Modeschau unterstrichen, dass der Anlass inzwischen weit über die Kantonsgrenzen hinaus bekannt ist. Der von den Vereinen Oikos St. Gallen und Marketing.Club veranstaltete Event hat sich zum Ziel gesetzt, eine Plattform für den Ideenaustausch und die zukunftsorientierte Weiterentwicklung nachhaltiger Mode zu bieten. Gisèle Luther

Zum Event gehören daher nicht nur eine aufwändig inszenierte Modeschau, sondern auch eine öffentliche Design-Ausstellung – wo die teilnehmenden Labels die Möglichkeit haben, ihre Bekleidung direkt zu verkaufen – sowie ein umfangreiches Workshop-Programm.

Möglichkeit, bei Globus zu verkaufen, lockt Labels

Viele der teilnehmenden Labels liessen sich insbesondere durch die Möglichkeit, ihre Bekleidung und Accessoires anschliessend bei Globus in St. Gallen zum Kauf anbieten zu können, von der

Das Winterthurer Label Blackbeard Bags nahm zum ersten Mal am Un-Dress Event teil – mit Erfolg! Die Präsenz bei Globus hat sich für das junge Taschen-Label gelohnt.

«Wir haben unser Label gerade frisch gelauncht und wollen nun durchstarten. Da hat sich die Plattform optimal angeboten», freut sich Markenmitbegründer René Grünenfelder. Dass Un-Dress sich nachhaltig etabliert hat, zeigt auch der Besuch von Mode-Suisse-Mastermind Yannick Aellen, der privat an der Show teilgenommen hat und das Thema nachhaltige Mode für sehr wichtig hält.

«Bewusstsein gepaart mit Stil» trifft den Nerv der Zeit

Auch das Organisationsteam von Un-Dress war mit dem Erfolg der diesjährigen Edition mehr als zufrieden: «Die Tickets waren bereits vor dem Erscheinen von

Print- und Buswerbung ausverkauft. All dies spricht wohl für das zunehmende Interesse an der Thematik und für das steigende Bewusstsein an nachhaltiger Bekleidung in der Gesellschaft. Mit dem Motto «Bewusstsein gepaart mit Stil» hat Un-Dress wohl den Nerv der Zeit getroffen», ist Sophie Busin, Teil des Organisationsteams, überzeugt. ■

Mustang besetzt eine neue Stelle

Um die Bereiche Lizenzen und Unternehmensentwicklung auszuweiten, hat Mustang die neue Position des Director Licenses & Business Development Wholesale geschaffen. Jonas Niemeyer verantwortet damit neu sämtliche Lizenzaktivitäten der Marke Mustang.



Schärfen Sie Ihr Profil!

stf

Master (MSc) Product Management Fashion & Textile – jetzt anmelden!

Schweizerische Textilfachschule
Hallwylstrasse 71
CH-8004 Zürich
Tel. 044 360 41 51
info@stf.ch
www.stf.ch