

Laudatio WJSH anlässlich des Stores of the Year 2010 Kategorie Fashion

Liebe Preisträger,
sehr geehrte Damen und Herren,

in der Kategorie Fashion war es ganz besonders schwierig von den vielen neuen Konzepten, die 2010 ans Netz gegangen sind, eine Shortlist zu erstellen.

Ob es Monkey, Weekdays - neue Labels von H&M, der neue Hollister in Frankfurt, Buffalo in München oder All Saints in Berlin sowie viele andere Kandidaten sind, die die Jury ins Schwitzen gebracht haben.

Nun aber hatte die Jury zu entscheiden, wem von den drei Kandidaten der Shortlist der Sieg gebührt.

Zunächst hat das Ladendesign und das Merchandising einzigartig zu sein.

Dazu muss die Atmosphäre, die Aura des Laden stimmen, die genau den Zeitgeist des Konsumenten, der für die Art der angebotenen Warensortimente steht, treffen muss.

Ebenso ist die Multiplikationsfähigkeit ein Maßstab der Beurteilung.

Hervorragend platziert ist der Gallery Store vom Berliner Designer Michael Michalski.

Ein Store neben dem Eingang des Ritz Carlton Hotels am Leipziger Platz.

Sein sehr persönlicher Flagshipstore mit angedocktem Showroom für die internationalen Fashion-Kunden, die gleich nebenan im 5 Sterne Hotel Ritz Carlton nächtigen können.

Michalski verkauft seine Label gemeinsam mit anderen trendigen Labels wie z.B Kaviar Gauche im Umfeld von Künstlern, wie Ritschie Riediger, die bei unseren Besuchen ausgestellt haben, sowie IT-Innovationen von Sony.

Ein spannender Bogen den Michael Michalski da gespannt hat:
Eine gelungene Fusion von Fashion, Design und IT-Innovationen.

Ein hervorragendes großartiges Fashion-Statement für Berlin. Gratuliere !

Kaiser hat mit dem Umbau des Modewarenhauses - nur für den Herren - Zeichen gesetzt. Mit 270 Mitarbeitern auf 900qm und 4 Etagen präsentiert Kaiser in Freiburg ausschließlich Herrensportswear im mittleren und oberen Segment - „S 1“ genannt.

Auf einer Fläche von 1.300qm gibt es Herrenmode „für Stadt und Business“.

Jedes Stockwerk hat seinen eigenen auf die jeweiligen Marken abgestimmten Stil.
Alles sehr maskulin.

Dieser Mut ist ein sichtbarer Ausdruck von Kompetenz in der Herrenmode und das in einer solch kleinen Stadt wie Freiburg. Das war es der Jury wert Kaiser auszuzeichnen. Auch hier mein herzlicher Glückwunsch!

Nun zu dem Sieger:

Desigual ein neues Label scheint mir verheiratet zu sein mit der Bread&Butter, hat doch der erste große internationale Auftritt des spanischen Labels erst vor wenigen Jahren in Barcelona stattgefunden, wo die Bread&Butter vor der Wiederkehr nach Berlin die großen Fashionmessen veranstaltet hat.

Berlin und Barcelona haben viele Gemeinsamkeiten: Beide Städte gelten als Magnete für die internationale Jugend, beide blicken jeweils auf eine quirlige Modeszene, deren Kollektionen nicht bei jedermann als „tragbar“ gelten.

Desigual ist im Jahr 2009 als Aussteller nach Berlin mitgezogen und hat mit der Eröffnung des ersten Flagshipstores in Berlins Tauentzien für Berlin und als erster Desigual Store in Deutschland ein neuartiges, anderes und hervorragendes Fashionstatement gegeben.

„If you like innovative, original and different clothing fashion in a different Store design - **Desigual** is your shop!“ sagt die internationale Fashionszene. Und es schließt sich die Jury an.

Auf Spanisch bedeutet Desigual „ungleich“ - „It's not the same“. Getreu diesem Slogan strahlen in dem neuen Laden am Tauentzien die farblich variierenden Wände und Decken keine Ruhe aus.

Das Shopkonzept versucht die gleiche Philosophie zu vermitteln wie die Mode selbst.

Auch die Kleidungsstücke scheinen in ständiger Bewegung zu sein.

Die Waren werden in einem originellen Merchandising-Mix präsentiert.

Wäscheleinen sind gespannt, an denen die bunten Kleidungsstücke hängen oder besser gesagt – inszeniert sind.

Handmade geradezu kunsthandwerklich sind die verschiedenen farbigen Stoffe zusammengenäht.

Einzigartig der Farbrausch der sich auf die Besucher auf 1.400 qm ergießt. Desigual huldigt mit seinen Kollektionen die Geschichte einer Insel mit Lebensfreude: Ibiza, dort wo das Label 1984 von dem Schweizer Thomas Meyer gegründet wurde.

Desigual erreicht Menschen in über 65 Ländern, durch 4.500 Multi-Brand-Shops, rund 160 Desigual-Geschäfte und 450 Corners und Shop-in-Shops. 2009 eröffnete Desigual den ersten deutschen Flagshipstore in Berlin.

Er ist sehr gelungen und hat die Auszeichnung verdient.

Meinen herzlichsten Glückwunsch!