

textilrevue

#3 | 24. FEBRUAR 2020 | CHF 19.80
TEXTILREVUE.CH



Das geht bei Schuhen und Accessoires

MARKTENTWICKLUNG,
THEMEN UND MODELLE FÜR
HERBST/WINTER 2020/21



HEIMTEXTILIEN 2020
VERANTWORTUNGSBEWUSST,
INSPIRIEREND, KREATIV.

RETAIL - QUO VADIS?
ENTWICKLUNGEN IM
SCHWEIZER DETAILHANDEL.

MEINUNGSMACHER
WER UND WAS BESTIMMT
DIE HEUTIGE MODE?

Die Macherin

Ihre Heimat, ein kleiner Ort im beschaulichen Entlebuch, hat sie geprägt. Die Herkunft von Produkten, hochwertiges Handwerk und faire Vermarktung zieht sich durch ihr Schaffen wie ein roter Faden: Martina Unternährer ist Gründerin des nachhaltigen Bettwäschelabels Storyfabrics und hat vor vier Jahren gemeinsam mit Stefan Egli von Home3 Design das Pop-up-Projekt Swiss Design Market ins Leben gerufen.

INTERVIEW AYLIN ASLAN

BILD JOAN MINDER

Wie geht es der Schweizer Kreativszene?

Wir haben tolle Menschen mit guter Ausbildung und wunderbaren Produkten, so gesehen könnte es der Szene nicht besser gehen. Was uns jedoch definitiv fehlt, ist eine Lobby. Besonders kleinere Projekte mit geringerem Budget sind einfach nicht sichtbar genug. Ich finde es schade, dass so viel Tolles oftmals im Verborgenen bleibt und es nie aus den Kellern, Ateliers oder Garagen in die Öffentlichkeit schafft.

Ist das der Beweggrund hinter dem Swiss Design Market?

Unter anderem – ja. Ich habe 2015 meine Firma Storyfabrics gegründet. Ich selbst hatte zuvor Probleme, einfach schöne, fair produzierte und langlebige Bettwäsche zu finden. Also habe ich selbst welche produziert. Dann stand ich vor der nächsten Herausforderung: als kleines Label raus auf den Markt zu gehen, Partner zu finden, sich einen Namen zu machen. Das ist nicht einfach. Zu dieser Zeit lernte ich Stefan Egli von Home3 Design kennen, der das gleiche Problem hatte. Da wir bereits durch unsere berufliche Vergangenheit viel Erfahrung im Schweizer Retail mitbrachten, nahmen wir alles selbst in die Hand und gründeten den Swiss Design Market, unser Pop-up-Projekt, mit dem wir in verschiedenen Schweizer Städten und auch schon im Ausland Pop-up-Stores mit Schweizer Design organisieren. Seit dem ersten Pop-up in Zürich konnten wir den Swiss Design Market mittlerweile wirtschaftlich machen und erfreuen uns an vielen Anfragen von Flächen und Labels. Ein weiterer Beweggrund ist zudem, dass meiner Meinung nach hochwertiges Design und Handwerk einen höheren Stellenwert verdienen.

Wie hat sich das Thema Pop-up-Retail verändert, seit Sie dabei sind?

Die Zahl der Pop-ups hat sich deutlich vermehrt. Mittlerweile mischen auch viele grössere Marken mit, die

durchaus in der Lage sind, die Miete an Top-Locations zu zahlen. Oft geht es dabei nicht ums Verkaufen, sondern darum, ein Produkt zu promoten oder Visibilität zu stärken. Auch das ist Pop-up, man muss sich seiner Ziele bewusst sein und Verkauf und Marketing darauf ausrichten.

Welche Tipps geben Sie Labels, die ein solches temporäres Retailformat anstreben?

Neben einer günstigen Lage sind professioneller Verkauf und Marketing unabdingbar. Es bedarf eines Netzwerks, das aufgebaut werden muss. Oft wird fälschlicherweise angenommen, dass solche Projekte Selbstläufer sind. Meiner Erfahrung nach nimmt man selbst am besten eine Rolle ein, in der man gut ist, und stellt für den Rest Leute ein, anstatt alles allein zu versuchen, um Geld zu sparen. Diese Investition wird sich später auszahlen. Ausserdem bin ich der Meinung, dass sich Kooperationen zwischen Labels, sei es für ein Produkt oder eine Fläche, immer lohnen. Man kann vom Kundentamm und von der Expertise der anderen Marke profitieren und umgekehrt. Aus dieser Idee ist auch der Swiss Design Market entstanden.

Was steht in Zukunft an?

Wir freuen uns sehr, ab September 2020 für voraussichtlich fünf Monate eine 500 Quadratmeter grosse Fläche im neuen The Circle am Zürcher Flughafen mit unserem Swiss Design Market bespielen zu dürfen und so dem breiten und internationalen Publikum unsere Produkte näherzubringen. Wir haben zahlreiche Kreationen in wirklich jeder Preisklasse im Angebot, sodass wir an den Erfolg des Projekts an diesem prominenten Standort glauben. Ausserdem sind wir auf der Suche nach einer fixen Location in der Schweiz. Eine solche bringt natürlich grössere Herausforderungen mit sich als eine temporäre, aber wir fühlen uns bereit, diese zu meistern. Es bleibt also spannend.

