

# Globales Shoppen mit Vogue

Ein Einkaufserlebnis der besonderen Art feierte jüngst in Berlin Premiere. Am 10. September veranstaltete das Modemagazin Vogue erstmals die „Fashion's Night Out“. In 13 Metropolen der Welt öffneten sich an diesem Abend die Pforten großer Modehäuser bis um Mitternacht.

Neben der deutschen Hauptstadt waren unter anderem New York, London, Mailand, Paris, Tokio und Peking Schauplätze des Geschehens, das unter dem offiziellen Motto „A global celebration of fashion“ stand. Man wolle die neuen Modekollektionen feiern und Lust auf niveauvolles Einkaufen machen, so definierten die Veranstalter den Leitgedanken.

## Orangen und Designerlook

In Berlin beteiligten sich rund 60 ausgewählte Flagship-Stores, Boutiquen und Einzelhandelsgeschäfte an der Aktion. Hotspots waren namhafte Modelabels rund um den Kurfürstendamm und die Friedrichstraße. Boss, Gucci, Hermès, Tommy Hilfiger oder Louis Vuitton seien stellvertretend für viele große Namen genannt. Designer wie Gabriele Strehle (Strenesse) und Michael Michalski zeigten in ihren Geschäften höchstpersönlich Präsenz. Die Galeries Lafayette und das KaDeWe waren ebenfalls mit von der Partie. Besonders das Haus an der Taentzienstraße erwies sich einmal mehr als Publikumsmagnet.

Im Erdgeschoss des Hauses, das den Mode-Boulevard beheimatet, traf sich ein illustres Publikum bei Champagner und Appetithäppchen zum Fashion Talk. Auch Berlins Regierender Bürgermeister Klaus

Wowereit, der als Schirmherr der Veranstaltung fungierte, durfte da nicht fehlen. Er wurde bei seinem Modebummel von KaDeWe-Chefin Ursula Vierkötter und von Deutschlands Vogue-Chefredakteurin Christiane Arp begleitet. Letztere konnte übrigens gleichzeitig das 30jährige Bestehen der deutschen Vogue feiern.

Mit Bally, Tod's, Ludwig Reiter und Camper zeigte sich auch die Schuhmode bei dem Ereignis gut vertreten. Bettina Melis, bei der österreichischen Schuhmanufaktur Ludwig Reiter für die deutschen Filialen zuständig, lobte die Initiative. Sie empfing das Publikum mit gepflegten Getränken. Auch gab es exklusive Vogue-Taschen und seitenstarke Exemplare der Hochglanz-Publikation kostenlos mit an die Hand.

„Allerdings“, so merkte Melis ein wenig kritisch an, „hätten wir uns mehr Werbung in der Öffentlichkeit gewünscht“. Abgesehen von der Vogue selbst sei das Event kaum kommuniziert worden. Im Flagship-Store der spanischen Trendmarke Camper erhielten die Kunden neben Cava und Serrano-Schinken zudem 20 Prozent Rabatt auf jedes Paar Schuhe aus den aktuellen Herbstkollektionen.

Campers neueste Werbeidee sind übrigens Schuhe verpackt in Apfelsinennetzen. Eine Idee, die auch Snipe auf der GDS aufgegriffen hat. Manchmal gibt es die



Sandra Munoz präsentierte bei Camper nicht nur süße Früchtchen

Orangen gleich mit dazu. „Dies zeigt unsere Verbundenheit zur Natur“, sagt Sandra Munoz, die bei Camper, Mallorca das Retail Marketing übernommen hat.

## Mehr Talk als Umsatz

Die Bilanz des Modespektakels fiel unterschiedlich aus. Während im KaDeWe rund 1500 zumeist zahlungskräftige Gäste nicht nur feierten, sondern auch kauften, blieb die Kundenresonanz in den Boutiquen am oberen Kurfürstendamm hinter den Erwartungen zurück. sk



Manter Empfang bei y Hilfiger



Impressionen aus dem KaDeWe



Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit mitten im Modegetümmel



Verkaufsgespräch bei Ludwig Reiter

43570

# Schuhmarkt

[www.schuhmarkt-news.de](http://www.schuhmarkt-news.de)

24. September 2009 – Nr. 20