



Hell, grosszügig, übersichtlich und feminin: Das Frauenwerk in der St. Galler Shopping Arena.

Detail ihr Herzblut. «Ich wollte beispielsweise kein Sofa wie mein Mann im Männerwerk, sondern Stühle – wir Frauen sitzen schliesslich eleganter.» Eine helle, übersichtliche Ladenfläche, ein nach Farben und Kombinationsmöglichkeiten gestaltetes Sortiment, grosse, mit einem angenehmen Licht ausgestattete Umkleidekabinen und eine Möglichkeit, gemütlich zum Kaffee zusammenzusitzen – Hatice Baumann hat sich zusammen mit Architekt Dani Burkhardt um jedes Detail im neuen Laden gekümmert. Gerade dieses persönliche Engagement ist für Hatice Baumann ein Erfolgsfaktor in einer schwierigen Zeit: «Wir sind herzlich und nehmen uns Zeit, mit unseren Kundinnen und Kunden zu plaudern.»

«Wir leben und lieben das, was wir machen»

«Schon dieses Gefühl, eine Einkaufstasche aus einem Geschäft mit nach Hause zu nehmen, das ist doch schön!» Hatice Baumann glaubt an den stationären Handel und an Shopping als Erlebnis. Events – «wenn sie zu uns und zum Laden passen» – gehören für sie dazu. Die Eröffnung der Frauenwelt war ein voller Erfolg. «Du wurdest ja richtiggehend überrannt – ich bin überrascht, dass du noch Sachen im Laden hast», gratulierte eine Kundin Hatice Baumann wenige Tage nach dem Opening. Sie strahlt und betont: «Wir leben und lieben, was wir machen – und bisher kommt das so gut an, dass ich richtig zufrieden einschlafe.» ■

Chefin Hatice Baumann ist stolz auf ihr motiviertes Team. Hinten von links: Desiree Nef, Karin Introvigne (Store-Leiterin), Hatice Baumann und Sara Bonorand. Sitzend von links: Dilara Kilinc, Selina Knill und Gabriela Teixeira. Es fehlt Andreia Teixeira.

Textil-Revue Nr. 39/40, 14. Oktober 2016



Luxuriöse Prada-Einkaufswelt an der Bahnhofstrasse

Auf rund 1100 Quadratmetern hat Prada an der Zürcher Bahnhofstrasse einen neuen Laden realisiert. Auf drei Etagen präsentiert das Luxusmode-Label seine aktuellen Kollektionen. Im Erdgeschoss sind Lederwaren, Accessoires und die Damenschuhmode zu finden. Das erste Obergeschoss ist exklusiv für die DOB-Kollektion und einen Made-to-Measure-Service reserviert. Geometrische Muster und Wände in einem zarten Farbton sowie elegante Sessel stehen hier für eine feminine Einkaufswelt. Die zweite Etage präsentiert sich, passend zur Haka-Kollektion, in maskulinere Farben und Ladenbauelementen, mit Holzböden, Wänden in Grau-Blau-Tönen und dunklen Möbeln.

Feminine Einkaufswelt in der St. Galler Shopping Arena

Ein Einkaufserlebnis von Frauen für Frauen

Während Miguel Baumanns Männerwerk weiterhin auf Expansionskurs ist, hat seine Frau Hatice Baumann auf 300 Quadratmetern in der St. Galler Shopping Arena ihre Vision einer perfekten Einkaufswelt für Frauen realisiert. Ihr Motto: «Fancy, fashion, feminine – Frauenwerk». Hatice Baumann glaubt an das Einkaufserlebnis im stationären Handel.

Gisèle Luther

angesiedelt war, hat Miguel Baumann nun seine Männerwelt mit einer Männerwerk-tailored- sowie einer Sneakers-Fläche erweitert. Was Männer sich wünschen, weiss Miguel Baumann. «Die Frauen versteht er aber nicht so gut», sagt seine Frau augenzwinkernd.

Hatice Baumann hat sich um jedes Detail gekümmert

Die junge Mutter hat sich nicht nur beim Multilabel-Konzept durchgesetzt, wo Marken wie Pieces neben Styles von Scotch & Soda, Guess oder Liu Jo zu finden sind. Auch was die Ladeneinrichtung anbelangt, steckt in jedem

tergeschoss an bester Lage ihr neues «Baby», das Frauenwerk – und damit das Pendant zum Männerwerk ihres Ehemanns. Der brandneue Store ist auf 300 Quadratmetern entstanden, die ein Elektrofachmarkt vermieten wollte. Dort, wo Hatice Baumann bisher mit dem DOB-Sortiment

Gegen ihren Mann, der seit Jahren erfolgreich auf Shop in Shops in seinen Läden setzt, hat sich Hatice Baumann erfolgreich durchgesetzt: «Er wollte mich unbedingt überreden, auch Shop in Shops zu machen – aber ich bin davon überzeugt, dass Frauen beim Einkaufen anders ticken!»

Das Laden-Portfolio der Baumanns wächst weiter

Seit ihr Mann Miguel Baumann seinen Laden Männerwerk führt, ist Hatice Baumann für den «weiblichen» Part des Familien-Business zuständig. Bisher waren das die Jeansarena und die Shoetique in der St. Galler Shopping Arena. Seit Ende September präsentiert sie nun im ersten Un-



Alberto fördert junge Talente im Fashion-Hotel

Die Wirtschaftsförderung Mönchengladbach und Alberto haben sich zusammengetan und den Concept-Store Fashion-Hotel by Alberto im ehemaligen Mönchengladbacher Stadthotel realisiert. Der Fokus soll auf hochwertiger Damen- und Herrenmode liegen, es werden hier aber auch Accessoires, zeitgenössisches Design, Kunst und Papeterie-Artikel zu finden sein. Nicht nur etablierte Labels, sondern vor allem Newcomer sollen in Albertos Fashion-Hotel eine Möglichkeit erhalten, sich temporär zu versuchen. Der Hosenhersteller verspricht sogar, bei der Vermittlung eines eigenen Ladenlokals zu helfen, wenn sich eine Kollektion bewährt. «Dank der Fachhochschule gibt es in Mönchengladbach eine Vielzahl junger Talente im Bereich Mode, Schuhe und Accessoires. Nicht wenige davon kreieren eigene kleine Kollektionen, die kaum jemand zu Gesicht bekommt, weil sie an den finanziellen Hürden für einen eigenen Store scheitern», so Marco Lanowy, Alberto-Geschäftsführer, Initiant und Förderer des Fashion-Hotels by Alberto, das ab Anfang November 2016 bis vorerst Ende Februar 2017 läuft.

Textil-Revue Nr. 39/40, 14. Oktober 2016

Schuhhaus Walder AG investiert weiter

Die Schuhhaus Walder AG investiert weiter in ein optimiertes Kundenerlebnis. Neu zeigen sich auch die Filialen in Küsnacht, Bern, Pfäffikon (SZ) und im Zürcher Einkaufszentrum Sihlcity im neuen Walder-Ladenbaukonzept. Ausgebaut wird das Online-Angebot Click & Collect. Zudem hat Walder die Mode-Bloggerin Minea Blaze ins Boot geholt, damit sie regelmässig auf der Facebook- und der Website des Unternehmens über Trends schreibt.

