

BODYVISION

SOMMER 2010

Perfektes Productplacement

- » Trends
- » News
- » Interviews
- » Statements

Apartment C
Anders Shoppen
in London

Beachwear
Bella Figura

Dessous
Starke Mitte

Bodylook
The Place to be



TM 01
JULY
17,50



PROFILE



Motiv aus der Kampagne Elle Macpherson

Elle Macpherson

Die große Neue

Für die abfash GmbH, Tochter von Generalimporteur F1-Generation, Köln, ist die Einführung von Elle Macpherson Intimates eine Erfolgsgeschichte. Galeries Lafayette hat die Premiere medienwirksam gefeiert, das KaDeWe führt sie, Beck in München hat den Launch der Kollektion im Juni verkündet, Breuninger in Stuttgart gehört zu den ad hoc-Kunden der ersten Stunde, Sinn Leffers, die ganze Schweiz, kurz, alles, was Rang und Namen hat. Was schlägt da so ein wie eine Bombe? Ein Kurzinterview mit Geschäftsführer Boris Haidas.

Das Besondere an Elle Macpherson ist?
Boris Haidas: Es ist nicht unbedingt der Name. Aber es gibt erstens keine Kollektion, die so eine Auswahl bietet, zweitens jeden Monat neue Produkte hat, drittens ein ganz ausgeklügeltes Farbsystem mit 30 Modifarben fährt, viertens Hemisphären-Kollektionen mit Sommer- und Winterfarben macht und fünftens das Gros der Materialien für die Produktion in China aus Europa bezieht.

Wann muss denn geordert werden?
Dank der Europa-Materialien müssen wir keine Minimum-Mengen verkaufen. Daher kommt die außerordentliche Vielfalt. Einziger Nachteil ist der

frühe Verkauf. Als Distributeur müssen wir unsere Order zeitig abgeben und brauchen deshalb die Entscheidungen des Handels schon Ende Mai fürs erste Halbjahr und Ende Oktober fürs zweite. Sonst bekommt er keine Fashion.

Worauf ist der Handel so geflogen?
Sie haben alle relativ ähnlich, in eine Richtung gekauft. Elle Macpherson ist sehr verspielt, mit Herchen aus Spitze, geraffter Seide oder Transparenz... Völlig von den Socken waren wir, als der Kunde nur auf Grund des Bildes einer "Valentin"-Serie für viele seiner Filialen quasi blind eingekauft hat. Einfach, weil es ihm spontan so gefiel.

Elle Macpherson basiert auf sieben nachlieferbaren Permanent-Serien, die in Größen bis Cup G geführt werden. Charakteristisch für den verspielten Stil ist die neue Valentin-Serie in der Farbe Erdbeersahne mit seitlichen Rüschen aus roter Seide oder die gestreifte Basic-Serie mit erdbeerfarbener Spitze. Die EK-Einkaufspreise liegen bei Unterteilen zwischen 10 und 14 Euro, bei Oberteilen zwischen 20 und 26 Euro.