

MARKE DES MONATS: CALZEDONIA

Sinnliches zum Top-Preis

VON STEFAN VOGLER

STEFAN VOGLER



Der Autor berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen,

globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.
www.markenexperte.ch

CALZEDONIA

Marke des Monats im Juni 2014
www.calzedonia.it/de

Rechtzeitig zur Badesaison expandiert der rasant wachsende Retailer Calzedonia auch in der Schweiz. Wie so oft bei erfolgreichen Unternehmen liegt der Ursprung des Labels für Bademode, Strümpfe und Socken im Vertrieb. Sandro Veronesi, Gründer der Calzedonia-Gruppe, hatte in eine Strumpffabrik eingeheiratet. Als er in einem Warenhaus Stunden auf eine arrogante Einkäuferin warten musste, war seine Reaktion lust- statt frustvoll: Er gründete für den Vertrieb seiner Badekleider eigene Shops. Heute gibt es alleine für Calzedonia über 1800 Verkaufsstellen in 29 Ländern. Dazu gesellen sich weitere Shops der Marken

Intimissimi und Tezenis an mehr als 3500 Standorten. Im Wochenrhythmus werden neue Shops eröffnet, zum Beispiel einer für Intimissimi im neuen Zürcher Durchgangsbahnhof.

Calzedonia setzt auf ein eher junges Publikum von modisch interessierten Frauen und Männern, welchen das nötige Kleingeld für teure Bademode fehlt. Diese Zielgruppe will sich am Strand keine Blösse geben und schätzt die trendige und qualitativ gute Ware zu einem unschlagbaren Preis-/Leistungsverhältnis. Veronesi musste keine Sekunde darüber nachdenken, wodurch sich Calzedonia von der Konkurrenz unterschei-

det. «Durch unser Design und die erschwinglichen Preise.»

Kaum hängt eine Kollektion in den kleinen Shops mit grosser Produktpalette, starten Werbe- und PR-Kampagnen vom Schönsten. An den TV-Spots und Plakaten mit Top-Models wie Gisele Bündchen kann nicht nur Mann nicht vorbei schauen. Alles ist perfekt geplant und wird konsequent umgesetzt. Auch der Preis folgt gemäss Veronesi einem klaren, einfachen Ziel: «Er darf für den Kunden nie eine Rolle spielen. Sobald er darüber nachdenkt, haben wir verloren.»

Calzedonia, Intimissimi und Tezenis sind in

eigenen und in Franchisebetrieben erhältlich, denn Konkurrenz belebt bekanntlich das Geschäft (auch wenn dies die Kunden nicht wahrnehmen). Der Schweizer Franchisepartner Retail Fashion Partners eröffnet im Verlauf des Jahres gleich mehrere Shops der Erfolgsmarken aus Verona. Die über 25 000 Mitarbeiter können sich auf den charismatischen Firmengründer verlassen, denn er ist sich dem grössten Risiko im schnellebigen Modebusiness bewusst: «Wenn wir nicht mehr den Geschmack unserer Kunden treffen. Die Farbe, das Design und den Style.»

Ich wünsche Ihnen modische Badeferien. Falls Sie lieber in die Berge fahren: Falconeri heisst das neuste Calzedonia-Label – feinste Kaschmirmode zum besten Preis.

Anzeige



PREMIERE.

EIN BÜROSTUHL EROBERT DIE WELT – GESTURE.

Der GESTURE ist der erste Bürostuhl, der das Arbeiten mit den neuen zeitgemässen Technologien wie Smartphones und Tablets gezielt unterstützt und 9 neue Sitzpositionen anbietet. Inspiriert durch die Bewegungen des Körpers. Und ideal für die Arbeitsaufgaben von heute.

TESTEN SIE DIESES VÖLLIG NEUE SITZERLEBNIS.

WSA OFFICE PROJECT | INDUSTRIESTRASSE 2 | 8305 DIETLIKON | TEL. 044 805 88 88

BASEL, Dufourstrasse 21 | CRISSIER, Chemin du Cloalet 20 | OFTRINGEN, Zürichstrasse 23
ST. GALLEN, Vadianstrasse 59 | ZUG, Baarerstrasse 99

Steelcase

WSA.CH