

MARKE DES MONATS: JETSET

Der Glamour kehrt zurück

VON STEFAN VOGLER

STEFAN VOGLER



Stefan Vogler berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.

www.markenexperte.ch



Marke des Monats im September 2014:
www.jetset.ch

«Jetset bezeichnet gewöhnlich eine internationale Gesellschaftsschicht, zu der auch die Jungreichen zu zählen sind, die über genügend Geld verfügt, um sich (mittels eines Flugzeugs) häufig an exklusiven internationalen Orten zu treffen, zu denen die meisten Menschen keinen Zugang haben. Der Ausdruck entstand zu einer Zeit, als Flugpreise extrem hoch und für Durchschnittsverdiener kaum erschwinglich waren.» So steht es auf Wikipedia. «Jetset» ist aber nicht den Superreichen vorenthalten, denn ich bin beim Weiterlesen auch auf den Satz gestossen «Der Eintritt in diese Partyszene unterliegt jedoch keinen

elitären Voraussetzungen wie bei der High Society.» Soviel zur Historie und nun zur Marke.

Jetset feiert nächstes Jahr den 45. Geburtstag. Das bedeutet wohl das baldige Aussterben der so bezeichneten Zielgruppe, aber der Begriff lebt dank einem cleveren Modeunternehmer weiter. Kurt Ulmer hat 1969 im Nobelort St. Moritz das Mode-Label Jetset ins Leben gerufen. Dass noch heute auch Nicht-Jetsetter in der damals aus der Mode gekommenen Skimode auf den Pisten herumcarven, ist seit rund zwei Jahren der Gaydoul Group zu verdanken. Wie für die andern von Philippe Gaydoul akquirierten

Marken Navyboot, Fogal und so weiter beabsichtigte er auch beim Kauf von Jetset eine Neupositionierung und erhoffte sich ein rasches Durchstarten. Dieses Unterfangen entpuppte sich aber als steiniger Weg. Auch ich war skeptisch. Keinen Rappen hätte ich auf eine erfolgreiche Zukunft von Jetset gewettet. Aber insgeheim hoffte ich mit... Seit Jahren schwöre ich nämlich auf die einfache, mittlerweile klassische Skihose mit dem Stern.

Mit der internen Berufung von Myriam Mele zur Geschäftsführerin von Jetset, die von ihrem ebenfalls Jetset-bewährten Mann Gège Mele unterstützt

wird, scheint der Neustart der bald 45jährigen Marke wahr zu werden. Die unter der kreativen Powerfrau entstandene neue Kollektion wurde eben lanciert. Was das helvetischpolyglotte Supermodel Nadine Strittmatter grossformatig präsentiert, erinnert an die besten Jetset-Tage. Auch die Konzentration auf die Ur-Flagshipstores in St. Moritz, Zermatt und Zürich macht Jetset wieder exklusiver. Die neue Werbung ist wunderschön fotografiert, ästhetisch überzeugend gestaltet und versprüht neuen Glamour. Mit «Back to the roots» ist die Überlebenschance im Haifischbecken der Skimode signifikant gestiegen. Ich freue mich auf den Start der Skisaison und viele glamouröse Sterne als Jetset-Ikonen im glitzernden Pulverschnee.

Anzeige

Mit individueller Live-Kommunikation Botschaften gezielt inszenieren



Messeauftritte | Corporate- & Public-Events | Mietprogramm |

Moderne Unternehmenskommunikation nutzt die Sprache der Sinne, um Kunden mit aussagekräftigen Botschaften zu berühren. Unabhängig von der Grösse eines Anlasses realisieren die SYMA-Eventtechniker mit einem Hightech-Equipment fein abgestimmte Lösungskonzepte zur authentischen Umsetzung der Unternehmens- und Markenkultur.



SYMA®
Global Performance

SYMA-SYSTEM AG | CH-9533 Kirchberg SG | +41 71 932 32 32 | www.syma.ch