branche

RETAIL

AFRICA GOES RETAIL: FYNCH-HATTON TUT GUTES

In Anlehnung an den Abenteurer Denys Finch Hatton aus dem Film «Jenseits von Afrika» (1985) hat Fynch-Hatton aus Mönchengladbach die Sehnsucht nach grenzenloser Freiheit in ihrem Markenkern verinnerlicht. Nun wartet die Marke mit einem eigenen Afrika-Projekt auf: Mit Nashörnern, Elefanten oder Giraffen aus Karton können Flächen emotionalisiert werden, während man gleichzeitig Gutes tut. «Bereits seit mehreren Jahren unterstützen wir als ‹Partner for Africa› die Welthungerhilfe. Wir engagieren uns bei Trinkwasserprojekten zugunsten der ländlichen Bevölkerung. Wir übernehmen Verantwortung für Projekte, die helfen, die Ursprünglichkeit Afrikas zu bewahren. Einhergehend mit der ‹Africa Goes Retail›-Flächeninszenierung unterstützen wir ein Projekt, das uns sehr am Herzen liegt: Wir setzen uns gegen Wilderei ein», so Ulrich Niessen, Head of Partnership Management bei Fynch-Hatton. Die tierischen Pop-up-Flächen bestehen aus 100 Prozent rezykliertem Papier und sind in zwei Grössen erhältlich, die grosse kann mit 100, die kleine mit 70 Artikeln bestückt werden. Im Moment laufen bereits erste Pilotversuche, bestellt werden können die Tiere mit der Order für Frühling/Sommer 2020 und werden ab Februar geliefert. Fynch-Hatton wird in der Schweiz von der Modeagentur Mifsud vertreten.

–

fynch-hatton.de / mifsud.fashion

TEXTIL

SCHOELLER: HIGHTECH UND NATUR

Der Schweizer Stoffprofi Schoeller Textiles wartet für Sommer 2021 mit leichten Hightech Geweben auf, die die Funktionalität von synthetischen Materialien bieten, aber in natürlichem Leinenlook daherkommen. Nachhaltigkeit spielt für das Traditionsunternehmen zudem eine wichtige Rolle, weshalb die «Schoeller Dynamic»-Polyesterqualitäten mit der «Ecorepel»-Biotechnologie ausgerüstet werden.

–

schoeller-textiles.com

RETAIL

JELMOLI TRUMPFT IM THE CIRCLE AUF

Im neuen Shoppingtempel am Flughafen, The Circle, der 2020 eröffnet werden soll, wird neben Mietern wie dem Hyatt, Omega, Raiffeisen, Yooji's oder dem Universitätspital Zürich Jelmoli einer der Hauptmieter. Mit zwei Stores auf über 2000 Quadratmetern will das House of Brands seine Kompetenz in den Bereichen Fashion und Sport getrennt und doch verbunden darstellen. Für den Fassadenanteil von 20 Prozent zeichnet Mint Architecture verantwortlich und kreierte eine aufsehenerregende Gestaltung mit spannendem Materialmix aus schwarzer Keramik, weissem Glas und Gold, der die Werte von Jelmoli – zeitlos, wertig, modern – widerspiegeln soll. Wir bleiben dran.

–

thecircle.ch / jelmoli.ch

REDAKTION **CHRISTINA NOLI**