



Zwischen Weihnachten und Neujahr führte die Modedesignerin Dorothee Vogel im Hotel Edelweiss in Sils-Maria einen Salon privé durch. Ein Model präsentierte ihre aktuelle Kollektion, während die Designerin ihre Kundinnen persönlich beriet. Der denkmalgeschützte Jugendstilsaal des Hauses diente als Laufsteg, und die Lobby wurde zum temporären Showroom des Labels Dorothee Vogel.



TEXT: BERNADETTE BISSIG
FOTOS: HOLGER JACOB

WENN DAS HOTEL ZUM LAUFSTEG WIRD

Im Februar gehen in Paris, Mailand und New York die Fashion Weeks über die Bühne. Ganz zur Freude der Fashionistas – und der Hoteliers. Denn das Mode-Business ist längst ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für die dortige Beherbergungsbranche. In der Schweiz gilt das leider nur bedingt. Doch auch hierzulande lassen sich Synergien zwischen den beiden Disziplinen nutzen.





Der Salon privé von Dorothee Vogel lockte zahlreiche Modeinteressierte ins Hotel Edelweiss in Sils-Maria. Für die Hotelverantwortlichen war der Anlass willkommene Werbung.

Modedesigner haben schon lange ein Faible für Hotels, wenn es um das Präsentieren ihrer Kollektionen geht. Bereits Yves Saint Laurent wusste, dass sich Hotels bestens als Locations für Modeschauen eignen. Während seiner Karriere als Couturier liess er seine Models unzählige Male im Salon Impérial des Pariser Westin-Hotel Vendôme laufen. Und im vergangenen Modeherbst in Paris erwies Karl Lagerfeld dem Grand Hotel Ritz seine Ehre: Das Defilee fand in den Gängen und den Salons des Luxushotels am Place Vendôme statt. Die Models präsentierten dort die 75-teilige Kollektion des exzentrischen Modedesigners – nicht etwa auf einem Catwalk, sondern indem sie sich durch die Gäste hindurchschlängelten und um die Tische Parcours liefen.

Die Lobby als Laufsteg

Ähnliches, einfach in viel kleinerem Rahmen, fand vergangenen Herbst in Bern statt: Die Modedesignerin Katharina Stettler, die in der Bundeshauptstadt ein Couture-Atelier führt, zeigte ihre Kollektion im Rahmen eines öffentlich zugänglichen Brunches im Grandhotel Bellevue Palace. Die prachtvolle Lobby des Traditionshauses diente den Models als Laufsteg. «Die Resonanz der Gäste auf den Anlass war sehr positiv», sagt General Manager

Urs Bühner. Die Modeschau mit Brunch sei innert kürzester Zeit ausgebucht gewesen. Neben öffentlich zugänglichen Mode-Events dient das Bellevue Palace in regelmässigen Abständen als Schauplatz für private Fashion-Shows.

Im Salon privé mit Dorothee Vogel

Für alle zugänglich war auch der Salon privé der Modedesignerin Dorothee Vogel, der Ende Dezember bereits zum zweiten Mal im Hotel Edelweiss in Sils-Maria stattfand. Ein Salon privé ist eine Boutique auf Zeit, wo die Designerin vor Ort ist. Dorothee Vogel ist regelmässiger Gast im Hotel Edelweiss und schätzt die Atmosphäre des Hauses und des Ortes Sils-Maria sehr. Vor zwei Jahren fragte sie Gastgeberin Madeleine Petermann an, ob sie den Salon privé bei ihr im Hause durchführen dürfe. Das Vier-Sterne-Hotel verfügt über einen einzigartigen und denkmalgeschützten Jugendstil-Speisesaal aus dem Jahr 1876.

Madeleine Portmann schätzte die spontane und unkomplizierte Zusammenarbeit mit der Modemacherin. Dorothee Vogel war für die gesamte Organisation des Anlasses besorgt. Der Aufwand für das Hotel hielt sich so in engen Grenzen: «Ich habe den anderen Hotels in Sils-Maria Flyer zugestellt, die örtliche Tourismusbehörde orientiert und sicher-

gestellt, dass wir in den Event-Kalendern des Engadins präsent sind», erklärt Madeleine Portmann die Zusammenarbeit. Die eigenen Hotelgäste informierte sie mit der täglichen Morgenpost, die für die Gäste beim Frühstück aufliegt. Die Mehrheit der Hotelgäste habe sehr positiv auf den Anlass reagiert. Zudem seien viele Kunden von Dorothee Vogel aus dem Unterland angereist. «Der Salon privé ist sehr gute Werbung für uns. Wir sind in den Medien präsent, und Kundinnen der Designerin entdecken unseren wundervollen Speisesaal», erklärt die Gastgeberin. Einen direkten, unmittelbaren finanziellen Vorteil könne sie jedoch nicht daraus ziehen. Falls die Modedesignerin ihre Kollektion im nächsten Jahr erneut im Hotel Edelweiss zeigen möchte, ist sie sehr gerne dabei.

Hotels eignen sich besonders gut wegen ihrer Infrastruktur

Auch bei Modefachmessen ist es üblich, dass sich diese in Hotels einmieten, wenn auch nur temporär für einige Tage im Jahr. Dies ist etwa bei der Fachmesse Order Now der Fall. Seit über zwanzig Jahren findet diese im Sorell Hotel Zürichberg statt. Order Now ist eine Gruppierung von Schweizer Designern. Mit von der Partie sind elf Modemacher, darunter Ida Gut, xess & baba sowie Kleinbasel.

Die Schweizer Fachmesse für Mode und Accessoires richtet sich an Boutiquen-Besitzer aus der Schweiz und dem angrenzenden Ausland. «Hotels eignen sich besonders gut wegen ihrer Infrastruktur. Es sind Seminarräume, Parkplätze, Zimmer und Gastronomieangebote vorhanden», hebt Sabine Arnold vom Atelier Claudia Güdel die Vorteile hervor. Hotelmessen würden schon seit vielen Jahren überall auf der Welt durchgeführt.

«Das Hotel auf dem Zürichberg bietet uns schöne, gepflegte Räumlichkeiten und einen Topservice. Zudem ist ein Traditionshaus wie das Zürichberg ein sicherer Wert. Es wäre für die Fachmesse Order Now sehr ungünstig, dauernd neue Locations suchen zu müssen», sagt Sabine Arnold. Und für die Besucher sei es angenehmer und entspannter: «Sie wissen, was sie erwartet – und kommen gerne.»

Gute Werbung fürs Haus

Die Veranstalter buchen jeweils den Jugendstil-Kursaal sowie einen angrenzenden Raum, der mit dem Kursaal verbunden werden kann. So sind Hotel- und Restaurantgäste durch die Fachmesse in keiner Weise tangiert. Das Sorell Hotel Zürichberg hat einerseits einen klar messbaren Benefit, der in der Vermietung der Räumlichkeiten und in der Verpflegung besteht. Andererseits wird das Hotel einem grossen Kreis an Besuchern bekannt gemacht und so nach aussen getragen, wie Marc Lehmann, General Manager des Sorell Hotel Zürichberg, zu Protokoll gibt.

Das andere Shopping-Erlebnis

Nicht auf Modeeinkäufer, sondern auf Endkunden setzt das Konzept Fashionhotel. Sasha Badiali und Viktor Calabrò riefen den Event vor drei Jahren ins Leben. Zweimal jährlich verwandeln sich ein oder mehrere ausgewählte Hotels während jeweils drei Tagen in Pop-up-Fashion-Häuser mit Mode- und Beauty-Brands, Workshops, Fashion-Inszenierungen, DJs, Live-Bands und einem breiten F&B-Angebot. Das Fashionhotel ist ein Mix aus Shopping, Party und Event. Die Kreativen der einzelnen Designer werden in den Hotelzimmern präsentiert und verkauft. Die Besucher können eine grosse Aus-

wahl an Labels von Up-coming-Brands und Jungdesignern entdecken. Dieses Jahr wird der Event bereits zum fünften Mal durchgeführt. Zu Beginn diente das 25hours-Hotel als Location. Im letzten Frühjahr gastierte Fashionhotel in den Hotels Small Luxury Hotel Ambassador à L'Opéra, Opéra und Seehof.

Vom 31. März bis 1. April wird der Event nun im «Kameha Grand» in Zürich über die

Bühne gehen. Am Freitagabend finden ein VIP-Apéro sowie ein Pre-Opening statt. Am Samstag und Sonntag können sich die Besucher dann frei auf den ersten beiden Etagen des Hotels bewegen und die temporären Stores der Designer besuchen. Das Lifestyle-Hotel rechnet mit 7000 Besuchern.

order-now.ch
fashionhotel.net
dorotheevogel.com



DOROTHEE
VOGEL
Modedesignerin

HOTELIER: Dorothee Vogel, was muss man sich unter Ihrem Salon privé vorstellen?

DOROTHEE VOGEL: Nichts anderes als eine Boutique auf Zeit, wo man direkt beim Designer, also bei mir, einkaufen kann.

HOTELIER: Sie führen diesen Salon nun in den Räumlichkeiten eines Vier-Sterne-Hotels im Engadin durch, genauer gesagt im Hotel Edelweiss in Sils-Maria. Weshalb gerade hier?

VOGEL: Weil hier eine tolle Atmosphäre herrscht und mich dieser Salon mit seinem Barpianisten von der Atmosphäre her an die 1960er-Jahre erinnert. Ich denke da sofort an James Bond in Cortina d'Ampezzo. Wir befinden uns aber im Engadin. Sils-Maria ist ein Hotspot für kulturell interessierte Besucher, ein Treffpunkt für eine total durchmischte Klientel, die vom Galeristen über den Künstler bis hin zum Stammgast reicht, der seit 40 Jahren jedes Jahr hierher kommt.

HOTELIER: Was assoziieren Sie, wenn Sie nach dem Zusammenhang von Mode und Hotellerie gefragt werden?

VOGEL: Hotels – gerade in einer Wintersportdestination wie dem Engadin – haben unmittelbar mit Kleidung zu tun: Ich mache mich fürs Frühstück bereit, gehe dann auf die Piste, treffe mich später mit Freunden an der Bar. Jedes Mal trage ich etwas komplett Anderes. Es geht also im weitesten Sinne um das Aus- und Aufführen der eigenen Garderobe, um das richtige Styling für unterschiedlichste Gelegenheiten. Und hat man einmal ein Kleidungsstück vergessen, kauft man es halt in der hoteleigenen Boutique.

HOTELIER: Gibt es Einschränkungen, welche Art von Mode im Hotel eingekauft werden kann? Oder anders gefragt, weshalb verkauft die Designerin Dorothee Vogel ihre Mode nicht ganzjährig in Hotelboutiquen?

VOGEL: Vielleicht, weil ich gar nicht immer präsent sein will mit meiner Mode respektive meinen einzelnen Stücken. In der Kürze liegt für mich die Würze. Sonst bin ich plötzlich auch in der Zwischensaison präsent, wo es mir überhaupt nichts bringt. Ausserdem bevorzuge ich den direkten Kontakt mit meinen Kundinnen. Das wäre also gar nicht möglich für mich, in mehreren Hotels gleichzeitig vor Ort zu sein. Zudem möchte ich möglichst viel Freiheit haben und meine Modelle zeigen, wann und wo ich will.

HOTELIER: Trifft man Sie nächstes Jahr wieder hier im Hotel Edelweiss?

VOGEL: Vielleicht, das habe ich mir noch gar nicht überlegt. Aber vielleicht gehe ich nächstes Jahr nach Los Angeles und mache dort eine Fashion Week. Solche Entschiede sind stark von der Kollektion abhängig. Und von Kooperationen mit anderen. Ich möchte gerne überraschen.
Interview: Philipp Bitzer