



Jelmoli startet Vintage-Shop für Chanel und Gucci

Das Zürcher Warenhaus nimmt einen internationalen Trend auf und eröffnet einen Pop-up-Shop für gebrauchte Luxusaschen und -mode.

Franziska Pfister

An der Zürcher Bahnhofstrasse reihen sich die Läden der Luxusmarken wie an einer Perlenkette aneinander. Die Schaufenster sind voll, aber trendige Teile sind oft vergriffen, und die Wartelisten sind lang. Das hat dazu geführt, dass die Preise für gebrauchte Kleider, Taschen und Schuhe von Topmarken wie Chanel oder Gucci über die letzten Jahre explodiert sind. Sie sind zu einem Geschäft geworden, das sich die Warenhäuser nicht länger entgehen lassen wollen.

Auch in Zürich tut sich hier etwas. Das **Warenhaus Jelmoli** startet gemeinsam mit der Luxusboutique Reawake einen Shop mit Marken der obersten Preisklasse. Das Jungunternehmen aus Zürich zieht am 13. März mit einem eigenen Pop-up-Shop ein. Gut zwei Monate lang werden Secondhand-Taschen, -Kleider und -Accessoires von Chanel, Louis Vuitton, Gucci und anderen Brands der obersten Preisklasse angeboten. Stimmen die Verkaufszahlen, bleibt der Shop auf Dauer bestehen.

«Die Idee dahinter ist, einen Kreislauf zu schaffen», sagt Marc Huber, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung von **Jelmoli**. Der Trend in der Mode gehe weg vom Besitzen hin zum Benutzen. Luxusartikel seien dafür ideal, da sie zeitlos seien und gebraucht teilweise zu einem höheren Preis als beim Kauf losgeschlagen werden könnten.

Damit nimmt **Jelmoli** einen Trend auf. Luxus-Warenhäuser wie Harrods, Printemps, KaDeWe, oder Selfridges haben sich mit

Internetplattformen wie Vestiaire Collective zusammengetan. Auch Zalando will in das Geschäft mit gebrauchter Mode einsteigen und im obersten Preissegment angreifen. Der Umsatz mit Premium- und Luxusmode soll sich bis 2023 verdoppeln. Vintage gehöre zu den wenigen Bereichen der Mode mit steigenden Umsätzen, sagen Zalando und **Jelmoli** übereinstimmend. Andere Warenhäuser machten mit gebrauchten Luxusartikeln gute Erfahrungen, sagt Marc Huber.

In den letzten Jahren etablierten sich Online-Plattformen für Luxusgüter, die für transparente Preise sorgten. Erfolgreich bringen sie über Landesgrenzen hinweg Käufer und Verkäufer zusammen, was nicht zuletzt dem knappen Angebot geschuldet ist. Nur in wenigen luxurversessenen Ländern wie Japan florieren daneben Ladenketten. Tokio hat sich zu einer Metropole für gebrauchte Luxusgüter entwickelt. Manche Secondhand-Läden sind grösser als jene, in denen die Marken ihre aktuelle Kollektion anbieten.

«Wir versprechen uns viel vom Standort Zürich. Wer vier, fünf Chanel-Taschen hat, ist geneigt, eine oder zwei zu veräussern», sagt Huber. Die Kundinnen wollten eine Tasche in der Hand halten, das Leder fühlen und sie nach möglichen Schrammen abtasten, bevor sie zuschlugen.

Reawake wird aber nicht nur Artikel anbieten, Kunden können ihre Stücke auch dort weiterverkaufen. Die Verkäufer prüfen die Echtheit und entscheiden, ob sie sie annehmen. Der Ankaufspreis wird mit den Kunden ausgehandelt, er hängt von Zustand, Alter und Modell ab. Im Fall eines Weiterverkaufs behält Reawake die Hälfte des Preises als Kommission ein. Das ist ein vergleichsweise

hoher Anteil, Vestiaire Collective verrechnet lediglich 20%.

«Wir erwarten eine hohe Nachfrage in beide Richtungen: An- und Verkauf», sagt Huber. Reawake betrieb bis anhin einen Laden in Zürich und vermarktete die Ware über Instagram. Das war aber mit hohem Aufwand verbunden, da jeder Artikel fotografiert werden musste. Durch die Kooperation hofft die Firma, ein neues Publikum zu erreichen.



Der Pop-up-Shop von Reawake in der Damenabteilung von **Jelmoli**.