

Modefachhändler, die sich von ihren Mitbewerbern abgrenzen wollen, müssen neben einem ansprechenden Ladenlokal mit guter Warenpräsentation vor allem zwei Dinge bieten: ausgezeichnete Fachberatung und Marken, die nicht an jeder Ecke zu finden sind. Diese Lücke wollen die italienischen Brands Roberto Naldi und Kali Orea füllen.

Kleider, bedruckt mit Motiven, die an den Maler Toulouse Lautrec erinnern, kleine Filzblüten und -kugeln auf Strickjäckchen mit Fledermausärmeln, Shirts mit Applikationen aus Netzstoff und darunter bestickt mit silbernen Pailletten – die Kollektionen Kali Orea und Roberto Naldi tragen eindeutig eine eigene unverwechselbare Handschrift. „Das ist schon eine flippige Mode mit ausgefallenen Farbkombinationen“, beschreibt Oliver Bitterroff von der Modeagentur Bitterroff, die die beiden Label vom Düsseldorfer General-Showroom aus vertreibt. „Die Mode bietet das gewisse Extra für die Frau“, ergänzt Showroom-Leiterin Annelie Moia.



© RO.DI Group

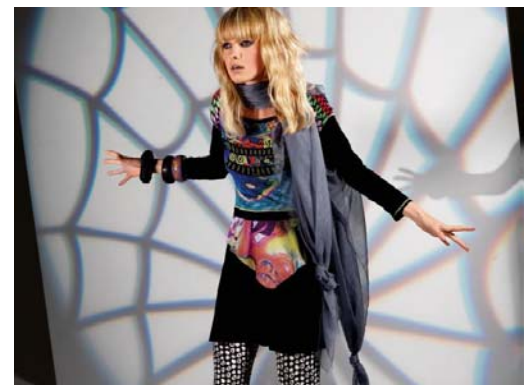


© RO.DI Group

Dabei sind es keineswegs die ganz jungen Frauen, die mit Kali Orea und Roberto Naldi angesprochen werden. Dafür ist die Mode im Zweifelsfall zu teuer: Shirts kosten im Verkauf um die 100 Euro, Kleider liegen zwischen 200 und 230 Euro. „Ausgefallene Teile bieten beide Kollektionen, Roberto Naldi ist von der Aussage her etwas damenhafter, ohne wirklich eine damenhafte Kollektion zu sein“, erklärt Oliver Bitterroff ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal der beiden Brands. Roberto Naldi wird in den Größen

34 bis 50 angeboten, Kali Orea gibt es in den Größen 34 bis 46. „Auch wenn wir größere Größen anbieten, es handelt sich nicht um eine Große-Größen-Kollektion“, stellt Oliver Bitterroff klar. Angeboten werden jeweils eine Frühjahr/Sommer- und eine Herbst/Winter-Kollektion. Ausgeliefert wird die Vororderware im Januar, Februar und März sowie im Juli, August und September.

Das etwas höhere Preisniveau von Kali Orea und Roberto Naldi lässt sich durch die ausschließliche Produktion in Italien und die aufwändige Verarbeitung erklären. Eingesetzt werden in erster Linie Jerseystoffe. Der Mix verschiedener Materialien ist ein wichtiges Stilelement. Es kann durchaus sein, dass fünf oder mehr Qualitäten in einem Teil verarbeitet werden. Verschiedene Knöpfe, Bordüren, Bänder, Volants, Rüschen und Schnürungen zeigen die Liebe zum Detail an jedem der Shirts und



© RO.DI Group

Kleider, was das Kopieren durch Billiglabels erschwert.

Shirt und Kleider bilden die Hauptproduktgruppen der beiden Brands. Abgerundet werden die Kollektionen durch Leggings, Unterziehteile und Strickjäckchen. „Gerade für Kleider ist es wichtig, dass es eine Jacke gibt zum Überziehen“, so Annelie Moia.



© RO.DI Group

Sowohl Kali Orea als auch Roberto Naldi gehören zur italienischen RO.DI Group, die 1983 als Familienbetrieb gegründet wurde. Firmenchef ist Roberto Naldi, Ehefrau Diana kreiert zusammen mit Tochter Silvia und einem weiteren externen Designer die Kollektionen. Übrigens: Der Name der Gruppe RO.DI setzt sich zusammen aus den beiden Anfangsbuchstaben der Vornamen ROberto und DIana. Die RO.DI Gruppe sitzt in Bologna im Stadtteil Zola Predosa. Dort hat das Unternehmen im vergangenen November ein neues Firmengebäude bezogen.

In der Zentrale mit ihren neuen, hellen Räumen sind das Auslieferungslager, das Designbüro, die Verwaltung und ein großer Showroom unter einem Dach vereint. „Damit sieht sich die RO.DI Group bestens gerüstet für die wachsenden Bedürfnisse des internationalen Modemarktes“, ist sich Verkaufsleiter Volker H. Kirst sicher, der die Label über seine Münchener Agentur „Morethanfashion“ auf dem deutschen Markt eingeführt hat. Außer von München und dem Düsseldorfer General-Showroom werden Roberto Naldi und Kali Orea auch von zwei Agenturen mit Showrooms in Berlin und Hamburg vertrieben. Zur Berliner Mode-Plattform „In-Fashion Berlin“ wurden die beiden Brands in der Location Radialsystem V gezeigt, - einer umfunktionierten Pumpstation, die es sich auf die Fahnen geschrieben hat Künstler, Kreative und Kulturbegeisterte zusammen zu bringen.



© RO.DI Group

Außer in Deutschland und im Mutterland Italien werden Kali Orea und Roberto Naldi in den Niederlanden, in Belgien, England, Irland, Österreich, der Schweiz, Dänemark, ganz Skandinavien, den romanischen Ländern, Polen, Russland, Saudi-Arabien, Kanada und Australien vertrieben.



© Volker H. Kirst

Rund 200 Handelskunden verkaufen derzeit die beiden Marken in Deutschland. „Das Interesse an neuen Labels ist da. Wir fallen auf. Auch unser Showroom spiegelt die Kollektionsaussage wieder.

Oft laufen Händler daran vorbei, sehen die Farben und bleiben stehen. Vielen gefallen die Kollektionen, weil sie halt anders sind“, erzählt Oliver Bitterroff. Der Vertrieb der beiden Labels wird nicht unbedingt getrennt. Wer Roberto Naldi kauft, kauft oft auch Kali

Orea. Wichtiger als die Trennung seien vielmehr die richtige Präsentation und eine gute Beratung. „Zielgruppe ist daher der gepflegte Fachhandel. Für den sind die beiden Marken bei der Vereinheitlichung vieler Kollektionen eine gute Alternative“, verspricht Oliver Bitterroff.

Susanne Schaper