

# RESPEKT! 25.000 DESIGNER AUF EINER WEBSITE VEREINT

Interview mit dem Südtiroler Stefan Siegel, der Online und Offline außergewöhnlich erfolgreich miteinander verknüpft

Ralph Siegel, ja den kennt man hierzulande, obwohl der Schlagerproduzent seinen Zenit längst überschritten hat, aber Stefan Siegel – dieser Name sagt vielen Deutschen erst einmal nichts. Er spricht zwar bestens Deutsch, doch er ist ein Südtiroler. Seit einiger Zeit lebt er allerdings in London. Der Unternehmer zählt zu den einflussreichsten Machern der internationalen Modebranche und hat sich in dieser Welt binnen kürzester Zeit gehörigen Respekt verschafft. Als ehemaliger Investment-Banker, der während seiner Wiener Studienzeit für Gucci, Prada und Calvin Klein über den Laufsteg lief, wurde er 2008 gemeinsam mit seinem Bruder Daniel Besitzer der Online-Plattform »not just a label«. Das Schaufenster für junges Modedesign und Avantgarde Fashion beheimatet unglaublich 25.000 Designer aus aller Welt. 2015 hat Siegel, der in Delhi, Beirut oder Moskau an renommierten Modeschulen lehrt, einen neuen Weg eingeschlagen: von der Online-Welt zurück in die Realität. Er eröffnete darum in

Dubai seinen ersten Flagship-Store. Nur wenig später setzte ein weiteres Flaggschiff seinen Anker: Im renommierten Waldorf Astoria Hotel in New York sperrte Siegel seinen zweiten Laden auf. Das German Council Magazin sprach mit dem charmanten Mode-Rebellen.

**Wie kam ein junger Mann aus Südtirol auf die Idee, mit einer außergewöhnlichen Internetplattform die Modewelt zu revolutionieren?**

Stefan Siegel: Ich bin in Italien in einem Ökosystem aufgewachsen, in dem mehr als 40 Prozent aller Modeartikel in der Luxusbranche entstehen. In meiner Karriere habe ich später diese Welt durch die Retail-, Model-, PR- und Investmentseite kennengelernt und auch bemerkt, welche Marktlücken sich geöffnet haben. Die Modewelt hat durch ein aktives Engagement mit Jungdesignern, Handwerkern und Kreativen eine einzigartige Chance, wieder relevant, nachhaltig und innovativ zu werden.

**Wofür steht Ihr Firmenname »not just a label?«**

Stefan Siegel: Der Name und auch unser Logo stehen für die schwarzen Schafe, welche unsere Designer in diesem Sektor verkörpern. Wir wollen eine radikale Veränderung bewirken und auf Aspekte in diesem Sektor hinweisen, die leider von der Fast-Fashion-Industrie verdeckt werden.

**Sie lassen einen Teil der circa 25.000 Designer, die Ihr Webportal zur eigenen Darstellung nutzen, inzwischen auch in außergewöhnlichen Locations performen bzw. ihre Ware zeigen. Ein Beispiel ist das legendäre und sehr konservativ anmutende Hotel Waldorf Astoria in New York. Was passierte da – mit welchen Folgen für Sie und das Hotel?**

Stefan Siegel: Wir haben vergangenes Jahr einen Wettbewerb der Stadt New York gewonnen, ein Konzept auf die Beine zu stellen, das den noch (halbwegs) bestehenden Garment District unterstützt. Anstatt finanzielle Zuschüsse direkt an Manufakturen und Fabriken in Man-

© Nikka Lorak



Stefan Siegel



Sketcharound



Stray



Sonjalglie

© NOTJUSTALABEL.com (3)

hattan zu leiten, haben wir einen Store vorgeschlagen, der Produkte von Jungdesignern verkauft, die zu 100 Prozent in New York City hergestellt wurden. Das altwürdige Waldorf Astoria war der perfekte Location-Partner für die Store-Eröffnung zu Weihnachten. Eine bessere Kulisse hätte es nicht gegeben, alt und neu zu verbinden.

**Welche anderen Locations haben Sie schon zu ähnlichen Zwecken genutzt?**

Stefan Siegel: Wir haben dasselbe Konzept in Dubai, Berlin und London durchgezogen.

**Und was planen Sie diesbezüglich für die nächste Zeit?**

Stefan Siegel: Momentan arbeiten wir mit weiteren sehr interessanten Städten, wie Los Angeles, Miami und Detroit; und hoffentlich können wir auch wieder bald in Deutschland einen Store eröffnen.

**Wie sehen Sie das zukünftige Zusammenwachsen von Offline- und Online-Handel?**

Stefan Siegel: Ich denke, dass wir offline eine einzigartige Chance haben, die Online-Plattformen den Menschen näher zu bringen. Wir werden es nicht schaffen, alle 25.000 Designer, die auf NJAL vertreten sind, in einen Store zu bringen. Aber die Symbiose zwischen den beiden Konzepten trägt dazu bei, dass unser Geschäftsmodell zugänglicher für die Öffentlichkeit wird.

**Welche Mode tragen Sie selbst am liebsten?**

Stefan Siegel: Ich lebe momentan in Los Angeles, also brauche ich nicht viel mehr als Jeans und T-Shirts – aber die beziehe ich natürlich von unseren lokalen Designern.

**Wie wird sich die Textilbranche, speziell im deutschsprachigen Raum in den kommenden Jahren entwickeln? Werden wir immer mehr Designer »aus dem Volk« bekommen?**

Stefan Siegel: Ja, ich denke es geht darum, dass hoffentlich der Markt, dank digitaler Kanäle immer transparenter wird. Man kauft heute billig oder teuer von der Stange, ohne etwas Individuelles zu besitzen. Sobald das Internet die Recherche und Suche nach etwas Speziellem bieten wird, wird sich der Markt sehr verändern. Der wird immer demokratischer werden, und auch ein junger Handwerker oder Künstler wird die gleichen Chance wie ein Fast-Fashion-Konzern haben.

**Kaufen Sie selbst Mode eher online oder im Store ein?**

Stefan Siegel: Keines von beiden, ich brauche in meiner Freizeit Abstand von der Mode und bin dann meistens eher in der Natur vorzufinden.

**Wo, glauben Sie, wird »not just a label« 2020 stehen?**

Stefan Siegel: NJAL gehört immer noch zu 100 Prozent mir, und ich denke, wir haben einiges erreicht. In nächster Zukunft würde ich gerne ein permanentes Store-Netzwerk aufbauen, eventuell unsere eigene Modelinie (unterstützt von unseren Designern) und weitere interessante digitale Projekte in die Wege leiten – und dafür werde ich wahrscheinlich heuer noch einen Investment-Partner suchen.

Interview:  
Thorsten Müller

**Wussten Sie? Das langjährige GCSC-Mitglied Wolf Jochen Schulte-Hillen, ebenso HDE-Jurymitglied »Store of the Year«, führte beim diesjährigen 13. Deutschen Handelsimmobilienkongress in Berlin ein Live-Interview mit Stefan Siegel, der zu dem Zeitpunkt gerade in Los Angeles weilte.**



**Mein Wunsch an die Branche:** Kreativität und Mut für Neues, nur so können innovative Ideen entstehen und umgesetzt werden.

INGE VOGT  
Geschäftsführerin Projektil GmbH