

Die Bread&Butter by Zalando: Ein Resümee

Geschrieben von: Cheryll Mühlen

Dienstag, den 06. September 2016 um 14:29 Uhr - Aktualisiert Dienstag, den 06. September 2016 um 14:33 Uhr



Am 2. September 2016 war es endlich soweit und die [Bread&Butter by Zalando](#) wurde in der Arena Berlin erfolgreich eröffnet. Bis zum 4. September präsentierte sie sich als Trend Show für Fachpublikum *und* für Endverbraucher. Sie brachte das Neueste aus den Bereichen Fashion, Musik und Food zusammen und Konsumenten konnten erleben, was bei ihren Lieblingsmarken gerade angesagt ist. Getreu dem ‚See Now, Buy Now‘-Prinzip waren die gezeigten Produkte außerdem sofort online erhältlich.

Unterm Strich zog das dreitägige Event mehr als 20.000 Besucher an. „Die erste Bread&Butter by Zalando war ein voller Erfolg und der perfekte Start in die neue Saison“, resümiert Carsten Hendrich, VP Brand Marketing bei Zalando. „[...] Wir waren an allen drei Tagen ausverkauft. Mit Gigi Hadid und ihrer Tommy x Gigi Capsule-Kollektion sowie dem Konzert von A\$AP Rocky gab es am Freitag gleich zwei Highlights. Wir hätten uns keinen besseren Start wünschen können! Die Zalando Fashion Show mit Joséphine de la Baume, die live inmitten des Catwalks mit ihrer Band Singtank aufgetreten ist, hat das dreitägige Event perfekt abgerundet.“

Die neue Bread&Butter by Zalando (B&B) präsentierte sich als innovative Plattform, auf der Brands und Konsumenten direkt miteinander in Kontakt treten und interagieren konnten. Passend zum Motto *Now* bot die B&B Erlebnisse, die On- und Offline miteinander verbinden und soziale Interaktion und Engagement fordern.



Mehr als 30 internationale Fashion Brands wie Converse, Eastpak, G-Star RAW, Lee, Levi's, Marina Hoermanseder x Hello Kitty, Reebok, Stance und Vans zeigten ihre spannendsten Produktneuheiten für die Herbst/Winter 2016 Saison.

Die Bread&Butter by Zalando: Ein Resümee

Geschrieben von: Cheryll Mühlen

Dienstag, den 06. September 2016 um 14:29 Uhr - Aktualisiert Dienstag, den 06. September 2016 um 14:33 Uhr

Die Tommy x Gigi Kollektion von Tommy Hilfiger und Gigi Hadid feierte ebenfalls ihr Debüt. Vor mehr als 600 Fans sowie internationaler Presse und Influencern präsentierte das Topmodel die Kollektion am ausverkauften Eröffnungstag.

Das italienische Luxuslabel Marni hat exklusiv für Zalando eine Auswahl an Footwear Styles von Dr. Martens, Reebok, Timberland und Vans neu designt. Besonderes Highlight: Die limitierte Marni x Zalando Kollektion wurde den Besuchern über Augmented Reality erstmals vorgestellt.

Sängerin Lena Meyer-Landruth gab im Nike Brand Lab eine exklusive H.I.T. & Run Session. Darüber hinaus konnten sich die Besucher mit Nike Master Trainern austauschen, neue Nike Apps ausprobieren und die aktuellsten Innovationen der Marke entdecken. Im Adidas Brand Lab ging es um Futurecraft, eine zukunftsweisende Initiative, die Open Source Kollaborationen und Handwerk in den Mittelpunkt des Designs stellt, um Innovationen zu fördern.

Am 2. September stellten Zalando und Google außerdem ein einzigartiges Fashion-Experiment vor: Project Muze. Das auf Machine Learning basierende Projekt gibt Nutzern die Möglichkeit, ihre eigene Mode zu kreieren. Dafür wurde in Zusammenarbeit mit dem Londoner Digitalstudio Stinkdigital eine ‚Design Engine‘ entwickelt. Über 600 Fashion-Experten haben dafür ihre stilistischen Vorlieben mit einem Algorithmus geteilt und ihn so ‚kreativ‘ trainiert.

Auf den acht Fashion Shows während der B&B hatte jeder die Möglichkeit, die neuesten Herbst/Winter-Looks aus nächster Nähe zu entdecken und ebenfalls direkt online zu bestellen. Eine Auswahl der Artikel war nach den Schauen direkt online erhältlich. Den Auftakt zu den Shows machte Puma. Auch Topshop zeigte zum ersten Mal in Berlin und brachte 80's Punk und 90's Grunge inspirierte Kreationen in den gut besuchten Show Space. Am ausverkauften Samstag präsentierte Selected Femme/Homme seine Vision von skandinavischem Minimalismus gepaart mit Einflüssen aus der Natur Dänemarks. Die Show beinhaltete Augmented Reality Elemente, die das Publikum per Handy erleben konnte. Hugo feierte sein Berlin-Comeback und zeigte moderne Designs und Accessoires mit einem einzigartigen, unkonventionellen Touch.

Ivyrevel, die Brand der schwedischen Bloggerin Kenza Zouiten, setzte am Sonntag auf Gold, luxuriöse Stickereien und die Mode der 90er.

Zum Abschluss der Bread&Butter stellte die Zalando Show das Thema Opulenz in den Mittelpunkt, den Trend der aktuellen Herbst/Winter-Kampagne *This Is Now*. Die Show wurde von Kampagnen-Talent und Topmodel Saskia de Brauw eröffnet.

Die Bread&Butter by Zalando: Ein Resümee

Geschrieben von: Cheryll Mühlen

Dienstag, den 06. September 2016 um 14:29 Uhr - Aktualisiert Dienstag, den 06. September 2016 um 14:33 Uhr

I-Tüpfelchen: der eigens für Zalando entworfene Schmuck von Sabrina Dehoff. Joséphine de La Baume, eines der Gesichter der neuen Zalando Kampagne, sorgte für die musikalische Untermalung des offiziellen B&B Finales. Sie performte mit ihrer Band Singtank. Über 800 Gäste ließen sich die Zalando Show nicht entgehen.

Weitere Informationen unter www.breadandbutter.com .

