



Pressemappe

Stand: 15. November 2007

Inhaltsverzeichnis

Medieninformation.....	3
Facts & Figures	5
Die Stargäste: Tamara Sedmak	6
Die Stargäste: Harald Glööckler	8
Die Stargäste: Philipp Plein.....	10
Highlights unter den Highlights	11
Presseinformation: Wien ist wieder Luxushauptstadt.....	15
Presseinformation: Luxus erobert die Welt.....	19
Wien Products: Produkte aus Wien in aller Welt	22
Zitate: Stimmen zum Luxus	25
Programm: Fünf Tage Luxus in seiner Reinstform	26
Ausstellerverzeichnis: Luxus von A bis Z	30
Österreich-Premiere: Swatch Group präsentiert Tourbillon.....	35
Collection Paradiso	37

Medieninformation

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir danken für Ihr Interesse an der LUXURY, please.® 2007 und erlauben Sie folgend auf einige Punkte aufmerksam zu machen:

Eintritt: Der Eintritt für MedienvertreterInnen ist grundsätzlich frei. Um Ihnen Ihren freien Eintritt ohne Komplikationen gewähren zu können, ersuchen wir um *vorherige* Akkreditierung bei unserer Pressestelle.

Akkreditierung: Die Akkreditierung hat schriftlich mittels des online bereitgestellten Akkreditierungsformulars per FAX an unsere Pressestelle zu erfolgen. Bitte geben Sie unbedingt Ihren Namen und das Medium an, für das Sie tätig sind. Bitte achten Sie auf Lesbarkeit.

Sie können sich für einzelne Veranstaltungen des Rahmenprogramms akkreditieren, oder auch für gesamte Ausstellungstage.

Der Annahmeschluss für alle Akkreditierungen ist am Mittwoch, den 21. November 2007, um 24 Uhr.

Das Akkreditierungsformular steht zum Download für Sie unter www.leisurecommunication.at/akkreditierung bereit.

Check-in: Der Check-in findet während der Ausstellungstage (Freitag bis Sonntag) im emotionliner der ÖBB-Postbus GmbH statt. Dort erhalten Sie nach vorheriger Akkreditierung Ihre Presseausweise, die Sie zum Eintritt in die Ausstellung berechtigen.

Interviews: Um Ihre Arbeit zu erleichtern, ersuchen wir Sie, uns Interviewanfragen mindestens 24 Stunden vor dem gewünschten Interviewtermin bekannt zu geben.

Bildmaterial: Aktuelles Bildmaterial von der Ausstellung wird Ihnen laufend aktualisiert online unter <http://presse.leisuregroup.at/luxury07> in druckfähiger Auflösung zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung zur Verfügung gestellt.

Hotline: Wir sind jederzeit gerne telefonisch für Sie unter (+43 1) 535 48 17 und per eMail unter office@leisuregroup.at erreichbar.

LUXURY, please.® // Facts & Figures

Dauer:	22. – 25. November 2007
Eröffnung:	22. November 2007 (nur mit Einladung)
Ort:	Hofburg Wien 1010 Wien, Heldenplatz
Website:	www.luxuryplease.com
Ausstellungsfläche:	ca. 4.000 Quadratmeter
Aussteller:	135
Öffnungszeiten:	Täglich 11.00 – 21.00 Uhr
Eintrittspreise:	29,- Euro
Vorverkauf (ab August):	Österreich Ticket Tel.: (+43 1) 96 0 96 www.oeticket.com
Veranstalter:	MEDIA COMMUNICATION GMBH 1010 Wien, Kärntnerstraße 17 Tel.: (+43 1) 890 16 67-0 Fax: (+43 1) 890 16 67-11 eMail: office@luxuryplease.com
Geschäftsführung:	Gerhard Krispl eMail: krispl@luxuryplease.com Tel.: (+43 699) 178 40 850
Pressekontakt:	leisure communications group Alexander Khaelss-Khaelssberg (Pressesprecher) Tel.: (+43 664) 856 3001, eMail: khaelssberg@leisuregroup.at Dorothea Sommeregger Tel.: (+43 664) 856 3004, eMail: sommeregger@leisuregroup.at Anna-Maria Patzl Tel.: (+43 664) 856 3009, eMail: patzl@leisuregroup.at
Presse-Downloads:	http://presse.leisuregroup.at/luxury07

LUXURY, please.® // Die Stargäste

Tamara Sedmak

Schweizer Film- und TV-Star Tamara Sedmak moderiert den Eröffnungsabend der diesjährigen LUXURY, please.®



Durch den Eröffnungsabend der diesjährigen LUXURY, please.® führt die schweizer Film- und Fernsehdarstellerin Tamara Sedmak, 28.

Nach der Matura am Lateingymnasium in Baden (Schweiz) absolvierte Sedmak an der Universität Zürich das Studium der Kommunikationswissenschaften, der Betriebswirtschaft und Neuropsychologie. In ihrer Diplomarbeit bearbeitete sie Public Relations und Internet, Vergleich der Grossbanken UBS und CS.

Nach einigen Praktika im Medienbereich, startete Sedmak ihren beruflichen Werdegang bereits während des Studiums 1997 als Sachbearbeiterin bei der damaligen Swiss Air. Zwischen 1999 und 2001 feierte sie als Redakteurin und Moderatorin der Sendungen „Freestyle“ (Sport) und „Fashion“ ihr Fernsehdebüt bei

Star TV, bevor sie die Moderation des Reisemagazins „Gipfelstürmer“ beim Nachrichtensender N-TV übernahm, für den Sedmak bis 2002 tätig war. Es folgte ein Medienwechsel zum Radio, wo sie als Nachrichtensprecherin und Moderatorin für den Jugendsender Radio Energy in der Schweiz tätig war. 2004 wechselte sie abermals die Fronten und schrieb ihre erste Zeitungskolumne „In bester Gesellschaft“ in der Fernsehzeitschrift TV-Star. Kurz darauf kehrte sie ins Fernsehen zurück und moderierte Nachrichten für die Sender Sat1 und N24. Seit 2006 ist Sedmak für den Pay-TV-Sender Premiere als Moderatorin und Filmreporterin tätig.

Mitunter spielte Sedmak diverse Rollen in der Comedy-Serie „Schürmör“ (SFDRS) und Nebenrollen in „Achtung, fertig, Charlie!“ (Kino), „Meier Marilyn“ (TV-Comedy) und „Handy Man“ (Kino Komödie). Die



smarte Schauspielerin war auch in zahlreichen Werbespots am Bildschirm zu sehen: Mitunter warb die attraktive Schweizerin für Swiss Airlines, Post, Lee Jeans und Diesel Jeans. Als Sprecherin von Spots borgte Sedmak ihre Stimme namhaften Unternehmen wie Austrian Airlines, Coca Cola, Rama und Media Markt.

Mit dem Thema Luxus verbinden sie auch ihre Live-Moderationen, die sie beispielsweise für Bentley, Breitling, Bertelsmann und Nokia hielt.

Die ehemalige Miss Schweiz (1999 und 2000) und Gewinnerin des bekannten Elite Model Look-Contests (1992) spricht fließend deutsch, italienisch, französisch und englisch.

Seit ihrem fünften Lebensjahr spielt die passionierte Balletttänzerin, Skifahrerin und Tennisspielerin aktiv Violine.

Website: www.tamarasedmak.com

LUXURY, please.® // Die Stargäste

Harald Glööckler

Deutscher Modeprinz schwelgt im Luxus in der Wiener Hofburg.



„Harald Glööckler ist der Paradiesvogel unter den Couturiers. Mit seinem Label POMPÖÖS setzt er auf Glamour pur“, schrieb die renommierte Modezeitschrift Cosmopolitan über den exzentrischen Designer. Noch deutlicher brachte es Gina Lollobrigida auf den Punkt, die meinte,

dass Glööckler einfach ein Genie sei. Auch Pop-Star Chaka Khan gestand, dass er seine Mode lieben würde. Nicht minder begeistert ist Bo Derek, die seine Shows für aufregend, schockierend und bezaubernd zugleich hält. Grace Bumbry hingegen hält sie einfach für „fantastische Inszenierungen“.

Sein schwarzer Anzug sitzt perfekt wie das seidige Fell eines Panthers. An seinen Händen funkeln unglaubliche Edelsteinringe. Eine Armee von Schneiderpuppen in Brokat, Samt und Seide steht um ihn Spalier. POMPÖÖS ist seine Marke. POMPÖÖS auch das Ambiente in dem der international gefeierte Modeprinz residiert.

Harald Glööckler ist ein Selfmademan. Schon im zarten Kindesalter begann er seinen Traum zu verwirklichen. Die Welt um ihn herum reich und schön zu machen. Luxus und Eleganz faszinierten den kleinen Harald überaus.

Heute ist sein Traum Wirklichkeit geworden. Er ist der Modeprinz und gilt als Deutschlands extravagantester und exzentrischster Modemacher. Er ist der Liebling der Weltstars und Diven, sie tragen seine Mode und zählen zu seinen Freunden.

Er inszeniert die aufregendsten Couture Shows rund um den Globus und verführt das Publikum in seine ganz persönliche Traumwelt der Mode. Seine Mode ist genauso märchenhaft wie seine Biographie. Seit Harald Glööckler die asiatische Welt mit seinen Glamour Shows faszinierte, ist er ein gefeierter Star. In Sankt Moritz zelebrierte er die pompöseste Modenshow die der mondäne Jetset-Treff jemals gesehen hat. Dazu wurde eigens ein 30 m langer und 5 m breiter Ice Catwalk in den Speisesaal des legendären Badrutt´s Palace Hotels gezaubert. Harald Glööckler präsentierte das Märchen von Schneewittchen während eines Gala Dinners vor 500 illustren Gästen. Der legendäre Höhepunkt war die Ankunft des Prinzen auf einem weißen Pferd, auf dem er durch die Hotelhalle des Badrutt´s Palace Hotels in den Ballsaal ritt.

Wenn es um Luxus geht, macht Harald Glööckler keine Kompromisse. Seine Kollektionen sind inzwischen international gefragt und besonders in Dubai steht man auf den pompösen Look.

Harald Glööckler entwirft Schmuck, Mode, Möbel, Geschirr, Homewear, Parfums. Auch als Maler hat er sich international einen Namen gemacht. Doch Kreativität ist für das Multitalent Glööckler nicht das Wichtigste in seinem Leben. „Menschlichkeit, das ist was zählt“. Sein Herz und Engagement gehört den Schwachen, den Tieren und Kindern. Er ist Botschafter des Deutschen Kinderhilfswerkes, Schirmherr des Kindernothilfefonds für über 2.5 Millionen Kinder die in Deutschland in Armut leben und Botschafter der Kampagne www.deutschland-gegen-kinderarmut.de

Außen Glamour, innen pur: so definiert Glööckler Glööckler. Die Gunst des Rampenlichts nutzt der exzentrische Modeprinz um all jenen zu helfen, denen das Leben einen Schattenplatz beschert hat.

Seine Devise ist „Luxus ist der Genuss des Überflüssigen, die Freude an allem, was für das nackte Überleben nicht notwendig ist.“

Website: <http://www.haraldgloeoeckler.de/>

LUXURY, please.® // Die Stargäste

Philipp Plein

Shooting Star der internationalen Designszene stellt sich erstmals in Österreich vor.



Philipp Plein gilt seit acht Jahren als Shootingstar in der internationalen Designerszene. Mit seinen 28 Jahren lebt er seinen Traum, auf die emotionalen und intellektuellen Wünsche seiner Kunden, die sich einer Passion für Luxus, Exklusivität und das Außergewöhnliche verschrieben haben, mit Qualität, Design und Service erfolgreich zu antworten.

Seine Kollektionen umfassen Möbel, Beleuchtung, Gepäck, Accessoires und seit 2005 eine exklusive Modelinie.

Der hohe Qualitätsstandard, gepaart mit der Aura des Edlen und Einmaligen, gewährt Philipp Plein Zugang zu den exklusivsten Verkaufsräumen der Welt: Fred Segal (Los Angeles), Atrium (New York), Harrods (London), Villa Moda (Dubai) und Jades (Düsseldorf), sowie anderen Topadressen

in bereits 30 Ländern. David Beckham, Russel Crowe, Paris Hilton, Antonio Banderas toppen nur die Liste der Bewunderer und treuen Kunden von Philipp Plein – es werden täglich mehr.

Website: www.philipp-plein.com

LUXURY, please.® // Die Highlights

Highlights unter den Highlights

Amadeus Yachting

Amadeus Yachting bietet von Pininfarina designte Yachten, deren Modellpalette von 30-70 Fuß reicht. Eines dieser besonderen Exemplare wird während der LUXURY, please.® vor der Hofburg ausgestellt. Am Freitag, den 23. November 2007, findet im Rahmen der Luxusausstellung ein Pressegespräch mit Paolo Pininfarina an Bord statt.

www.amadeus-yachting.com

www.pininfarina.com

Maybach

Maybach ist das „official car“ der LUXURY, please.® Mit dem Maybach 62 S wurde die Spitze des zeitgenössischen Automobilbaus erreicht. Diese mit Hand gefertigte Chauffeur-Limousine bietet das Maximum an luxuriösem Komfort und sportlichem Temperament.

www.maybach-manufaktur.at

Poggenpohl

Poggenpohl steht für Stil, Eleganz und Perfektion. Anlässlich der Luxury, please.® präsentiert Poggenpohl zum ersten Mal in Österreich das neueste Modell Poggenpohl P'7340 im extravaganten Porsche Design.

www.poggenpohl.at

Frégate Islande Private

Die exklusiven Villen mit eigenen Jacuzzis und privaten Pools sind in die zauberhafte Natur der Seychellen eingebettet und bieten auf Frégate Island Luxus und Erholung pur.

www.fregate.com

www.gullivers.at

Gulliver's Lifestyle Reisen

Die Welt ist schön und Gulliver's Lifestyle Reisen beweist es: 15 ausgewählte Partner präsentieren sich in der Gulliver's Lifestyle Travelling Lounge. Der mit Rolf Benz Möbeln gestylte Bereich bietet faszinierende Destinationen und Aufsehen erregende Hotelanlagen, die keinen Wunsch offen lassen.

www.gullivers.at

Dubai Tourism

Im Rahmen der Gulliver's Lifestyle Travelling Lounge präsentiert Dubai Tourism die neuesten Highlights des Arabischen Emirats, das wie kein anderes für Luxus steht.

www.dubaitourism.ae

Kleindienst & Partner

Kleindienst & Partner gilt als die Adresse für Immobilien in Dubai. Mitunter verfügt das Unternehmen des Österreichers Josef Kleindienst über exklusive Apartments in „The Views“, „Arabian Ranches“ und „Burj Dubai Area“.

www.kleindienst.ae

Jaeger-LeCoultre

Auf der LUXURY, please.® zeigt die bekannte Uhrenmanufaktur ihre zwei neuesten Highlights. Ob die zierliche Joaillerie oder der Duomètre Chronograph: Beide Uhren bilden das High End der Uhrenerzeugung, mit denen Jaeger-LeCoultre neue Maßstäbe setzt.

www.jaeger-lecoultre.com

Simone Micheli

Die Arbeiten von Simone Micheli sind immer streng mit der Welt der sinnlichen Verherrlichung verbunden. Aus diesem Grund bat LUXURY, please.® den Stararchitekten und Designer anlässlich der diesjährigen Ausstellung, die Feststiege in der Hofburg zu gestalten.

www.simonemicheli.com

Helen Yarmak

In New York und Moskau sind ihre einzigartigen Modelle schon längst bekannt. Zurzeit erobert sie mit ihren Roben aus Nerz und Zobel auch die europäischen Metropolen. Auf der LUXURY, please.® zeigt Yarmak ihre Kollektion am Premierenabend auf dem Catwalk.

www.helenyarmak.com

Ginza Tanaka

Ein von Hand aus Goldfäden gewobenes Kleid des Künstlers Ginza Tanaka bildet ein weiteres luxuriöses Highlight der Ausstellung. Weiters präsentiert der japanische Juwelier Tanaka Kikinzoku einen Badeanzug, sowie passenden Hut und Handtasche; selbstverständlich alles aus purem Gold!

www.ginzatanaka.co.jp

Alexander Eduard Serda

365. Eine Idee. Ein Projekt. Ein Kunstwerk. Eine Hommage an die Mode.

365. Das sind gekennzeichnete Damenhosen, die jedem Tag des Jahres seine Identität geben.

In handgemachten Koffern für jeden Monat thematisch verpackt.

365 ist der Geist zwischen Vergänglichem und Immerwiederkehrendem.

365 ist mehr als die Summe seiner Teile.

www.356.ms

Maxi Yacht Rolex Cup 2007

Seit der ersten Austragung im Jahr 1980 in Porto Cervo, zählt der Maxi Yacht Rolex Cup zu den exklusivsten und exquisitesten Regatten der Welt. LUXURY, please.® freut sich, dieses einzigartige Event als Aussteller für die diesjährige Ausstellung gewinnen zu dürfen.

www.yccsmaxi.com

Auteno

Das Wiener Auktionshaus präsentiert auf der LUXURY, please.® Kostbarkeiten der Porzellanmanufaktur Meissen. Eine Besonderheit unter den ausgestellten Objekten ist das kleinste Meissen Porzellan der Welt.

www.auteno.com

www.meissen.com

Antikes Reisegepäck und –accessoires von Louis Vuitton und Hermès

Joachim Lempcke ist begeisterter Sammler von Reisekoffern und –taschen sowie Accessoires der Traditionsmarken Louis Vuitton und Hermès. Er wird seine schönsten Kreationen auf der LUXURY, please.® präsentieren.

LUXURY, please.® Galerie Green Fee

Brilliant8 ist exklusiver Ausstatter der LUXURY, please.® Galerie Green Fee, die mit einem Putting Green in PGA-Tourqualität und einer Austern- und Champagner-Bar ausgestattet ist. Evian präsentiert in der Lounge die neuen Luxusflaschen, deren Design von Christian Lacroix stammt.

www.brilliant8.com

www.danone.at

www.la-croix.com

Breitling und Bentley

Luxus verbindet: Als Partner präsentieren die Marken Breitling und Bentley Ihren gemeinsamen Kunstflieger vor den Toren der Hofburg.

www.breitling.com

www.bentley.com

Men's World

Die Men's World ist eine eigenständige Themenwelt innerhalb der Luxusaussstellung. In ihr präsentieren sich Marken, die die Männerwelt stärken und unterstützen. Starke Produkte werden hier von Knize, Breitling und Zenith, sowie von Harley Davidson gezeigt.

www.knize.at

www.breitling.com

www.zenith-watches.com

www.harley-davidson-wien.at

Der Weiße Salon

Der Weiße Salon beherbergt die Aussteller für die angenehmen Seiten des Lebens. VI Spring präsentiert hier seine einmaligen Betten, Estée Lauder stellt Neuheiten der Kosmetik aus und Pachamama führt seine außergewöhnlichen Lederteppiche vor.

Wien ist wieder Luxushauptstadt

Von 22. bis 25. November 2007 wird die Donaumetropole wieder zur internationalen Luxushauptstadt. 135 nationale wie internationale Labels gastieren im Rahmen der Luxusausstellung LUXURY, please.® in Wien, die heuer bereits zum zweiten Mal in den kaiserlichen Räumlichkeiten der Hofburg stattfindet.

Das Ausstellerverzeichnis liest sich wie das Who-is-Who der internationalen Markenwelt. Von A wie Amadeus Yachting über L wie Lamborghini bis Z wie Zenith Watches findet sich alles in der Wiener Hofburg ein, was in der internationalen Welt des Luxus Rang und Namen hat. Insgesamt 135 Aussteller präsentieren an vier Tagen auf über 4.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche, wovon sogar die Schönen und Reichen oft nur träumen können. Gleich vorweg sei verraten: Größer, besser und noch wertvoller als im Vorjahr präsentiert sich die diesjährige LUXURY, please.®, der die Hofburg schon fast zu klein wurde. Deswegen – und auch aufgrund der Größe einiger Ausstellungsstücke wie einer Amadeus Jacht und einem Breitling-Kunstflieger – wurde auch der Heldenplatz in das Ausstellungskonzept integriert.

Von 22. bis 25. November 2007 öffnet sich eine faszinierende Glanzwelt rund um die schnittigsten Yachten, schönsten Privatjets, elegantesten Designer, erlesensten Juwelen, prestigeträchtigsten Urlaubsdestinationen, begehrtesten Immobilien und traditionsreichsten Uhren. In den kaiserlichen Räumlichkeiten der Wiener Hofburg präsentieren sich edle Fortbewegungsmittel wie etwa Aston Martin, Bentley, Cadillac, Corvette, Harley Davidson, Hummer, Jaguar, Lamborghini, Maserati, Maybach – übrigens das offizielle Auto der Luxusausstellung –, Mercedes-Benz, Porsche, Rolls Royce oder VW mit seinem Spitzenmodell Phaeton. Wer sich lieber zu Wasser bewegt, findet entsprechende Inspirationen bei Amadeus Yachting, die eine 25 Meter lange und von Stardesigner Paolo Pininfarina designte Jacht vor der Hofburg präsentieren, der Traditionswerft Frauscher Gmunden, Carnival Cruiselines, Regent Seven Seas Cruises, Silver Sea Cruises, Star Clipper Cruises und Croatian Carribean Yacht Charter. Wer nicht gleich die Weltmeere durchkreuzen möchte, sondern seinen Schiffstraum lieber als Miniatur am Designer-Schreibtisch bewundern möchte, wird bei Yachtmodellbau Hirsch fündig. Adäquate Lösungen für den Weg zur Yacht abseits überfüllter Abflughallen und verspäteter Linienflieger haben der Privatjet-Anbieter Jet Alliance und das VIP & Business Service des Vienna International Airport parat. Diese empfehlen sich auch für all jene, die etwa im italienischen Colonna Pevero Hotel, auf Frégate Island, im eleganten The Regent Esplanade in

Zagreb oder in einem der schicken Sun Resorts luxuriöse Urlaubstage verbringen möchten. Dank traditioneller Uhrmacherkunst aus den Häusern Blancpain, Breguet, Breitling, Omega, Glashütte Original und Jaeger-LeCoultre erscheint der Jetset auch garantiert pünktlich zum Abflug. Den Kontakt mit den Daheimgebliebenen hält der echte VIP natürlich standesgemäß mit dem vergoldeten VERTU-Handy oder auch ganz klassisch mit elegantem Schreibwerkzeug aus dem Traditionshaus Huber & Lerner. Passend zur Wintersaison werben auch die heimischen Luxushotels um die Gunst derer, die nicht gleich mit den luxuriösen Reisen von Gulliver's Lifestyle in den Süden abheben: Das Arlberg Hospiz Hotel, das Hotel Zürserhof und das InterAlpen-Hotel Tyrol machen Lust auf Urlaub in den heimischen Bergen. Luxuriös geht es jedoch nicht nur im Urlaub zu. Einrichtungstipps für das elegante Eigenheim können sich die Besucherinnen und Besucher unter anderem auch bei Stararchitekt **Alexander Eduard Serda**, Augarten Porzellan, Backhausen, Lobmeyr, Minotti Cucine, Teppichhändler Rahimi & Rahimi, Designer **Paolo Pininfarina**, Mazbani Design, Rolf Benz oder Poggenpohl Österreich holen. Wer gleich ein neues Eigenheim sucht, ist bei Engel & Völkers, L.A.R.O.N. Häuser oder auch bei Neo-Immobilientycoon **Josef Kleindienst** gut beraten.

Glitzernde Geschenkideen für Weihnachten präsentieren unter anderem die Juweliere Heldwein, Haban, Jarosinski & Vaugoin und Kieback spendierfreudigen Christkindln.

Etwas ausgefallenerer Ideen präsentiert zum Beispiel der Egoth-Verlag, der eine handgeschriebene Bibel vorstellt. Erstmals in Österreich wird auch das Putting-Green in PGA-Tourqualität von Brilliant8 in der 400 Quadratmeter großen Golf Lounge gezeigt.

Nicht unbedingt für jede Geldbörse, aber garantiert für jeden Geschmack lässt sich unter den 135 Ausstellern der diesjährigen LUXURY, please.® etwas finden.

Glanzvolle Eröffnung mit internationalen Stars.

Den Auftakt zur diesjährigen LUXURY, please.® bildet ein glanzvoller Eröffnungsabend in der Wiener Hofburg. Die rund 1.000 geladenen VIP-Gäste erwartet unter anderem ein atemberaubender Fashion-Act des Vorarlberger Modehauses Wolford, das seine neue Frühjahrs- und Sommerkollektion 2008, an der übrigens Modezar **Valentino** mitwirkte, erstmals der Öffentlichkeit vorstellt. Passend zu den kühlen Außentemperaturen präsentiert auch Kultdesignerin **Helen Yarmak** ihre beeindruckenden Pelzroben. Für eine Premiere in der Premiere sorgt der deutsche Designer **Philipp Plein**, der in seiner eigenen Lounge erstmalig seinen Film der Öffentlichkeit vorstellt. Bei so viel Luxus darf natürlich auch die internationale Upper-Class nicht fehlen: Mitunter fliegen Modeprinz **Harald Glöckler**, dessen extravagante Modelinie POMPÖÖSE Weltstars wie **Gina Lollobrigida**, **Chaka Khan**, **Bo Derek** und **Grace Bumbry** tragen,

und der **König von Benin** anlässlich der Eröffnung nach Wien ein, um sich von der Luxusausstellung inspirieren zu lassen. Der heimische (Wirtschafts-) Adel wird neben zahlreichen anderen durch Wirtschaftskammerpräsidentin und LUXURY, please.®-Ehrenpräsidentin **Brigitte Jank** und Marianne **Sayn-Wittgenstein-Sayn**, die übrigens auch den Vorsitz des Ehrenkomitees innehat, und Malerfürsten **Ernst Fuchs** vertreten, der erstmals seine Collection „Paradiso“ auf der Luxusausstellung vorstellt. Weihnachtlich geht es dann im Anschluss an die offizielle Eröffnung in der Kultbar Planter's zu, wo bei der „LUXURY,please.® After Show and 1st X-Mas-Party of the Year“ auf den Auftakt der Luxusausstellung angestoßen wird.

Wien im Zentrum des Luxus.

Der Erfolg des Vorjahres – über 18.500 Besucherinnen und Besucher und ein Gesamt-Handelsvolumen von rund 165 Millionen Euro – sind für Veranstalter **Gerhard Krispl** erst der Beginn. Die LUXURY, please.® möchte dieser nämlich nicht nur als Ausstellung für Reiche verstanden wissen, sondern vor allem als Impulsgeber für den Luxusstandort Wien. „Dank der zentralen geografischen und sicheren wirtschaftlichen Lage ist Wien für viele Luxuslabels der ideale Ausgangspunkt in die osteuropäischen Staaten und gleichermaßen Anziehungspunkt für Einkaufstourismus aus diesen Regionen“, beschreibt Krispl die wesentlichen Standortvorteile der Donaumetropole. „Die expandierende Luxusgüterindustrie trägt in Österreich wesentlich zum Aufbau von Arbeitsplätzen und zur Ankurbelung des Tourismus bei“, so der Veranstalter. Nicht zuletzt deswegen präsentierte Krispl die LUXURY, please.® heuer auch im Rahmen einer Roadshow in Budapest, Prag und Bratislava. Den Besucheranteil aus den angrenzenden Nachbarstaaten möchte der Veranstalter in diesem Jahr von rund 20 Prozent im Vorjahr auf über 30 Prozent in diesem Jahr erhöhen. Damit spielt er vor allem der heimischen Luxusbranche in die Hände. So präsentieren sich bereits zum zweiten Mal Traditionsmarken aus Wien, die unter der Dachmarke „Wien Products“ vereint sind, gemeinsam auf der Luxusausstellung, um internationales Publikum anzusprechen.

Über das Standortmarketing hinaus sieht Krispl die LUXURY, please.® auch als Marketinginstrument und Plattform für die gesamte Luxusgüterbranche, die ein Ort des regen Austauschs zwischen Konsumenten und Anbietern sein soll. „Die LUXURY, please.® ist keine einmalige Veranstaltung, sondern eine fortlaufende Plattform zur Vernetzung der besten Marken“, beschreibt Krispl sein Konzept, das durchaus als Nährboden für die Zusammenarbeit zwischen den Marken verstanden sein will.

Trotz aller prominenten Gäste und Öffentlichkeit bleibt für Krispl auch im zweiten Jahr eines klar: „Unsere Stars sind die Marken!“

Exportschlager Luxusausstellung.

Nach dem erfolgreichen Start der LUXURY, please.® kann sich Krispl über zwei weitere Standorte für seine Luxusausstellung freuen: Nur eine Woche nach der Schau in Wien gastiert er mit einem Luxussalon von 30. November bis 2. Dezember 2007 im noblen Hotel „The Regent Esplanade“ in Zagreb. Von 5. bis 13. April 2008 wird das österreichische Erfolgsmodell dann abermals im Rahmen der Croatia Boat Show ins Split als Luxussalon gezeigt.

Luxus erobert die Welt

- **Luxus wird als Wirtschaftsfaktor immer bedeutender**
- **Starke Wachstumsraten im Luxussegment in Asien und Osteuropa**
- **Zweistellige Wachstumsraten in Zentraleuropa**

Sämtliche Studien zum Thema Luxus belegen es schwarz auf weiß: Geiz ist nicht geil! Das gilt vor allem für die aufstrebenden Märkte in Asien und Osteuropa. Studien von Merill Lynch und Goldman Sachs zufolge wird China beispielsweise bis zum Jahr 2015 rund 29 Prozent der weltweiten Luxusgüter konsumieren, wobei die Experten zwischen 2006 und 2010 jährliche Wachstumsraten von rund 25 Prozent prophezeien, die einem jährlichen Wirtschaftswachstum von 10 Prozent gegenüberstehen. Mit 24 Prozent des Weltmarktes führen die Vereinigten Staaten und Japan die Tabelle im Luxuskonsum derzeit noch an. Sie sind jedoch bereits dicht gefolgt von Europa, auf das 21 Prozent des Weltmarktes entfallen. China konnte sich im vergangenen Jahr mit 15 Prozent bereits auf Platz vier vor Russland mit – noch – 6 Prozent behaupten. Dieser Umstand spiegelt sich auch in den Absatzzahlen der internationalen Luxuslabels wider: Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH) mit seinem Aushängeschild Louis Vuitton, das mit einem Wert von 22,69 Milliarden US-Dollar als erfolgreichste Marke der Welt gilt, erzielte 2006 bereits 40 Prozent seiner Umsätze im asiatischen Raum. Demnach ist es auch nicht verwunderlich, dass Labels wie Bally, Gucci, Salvatore Ferragamo oder Louis Vuitton ihre Aktivitäten in China stark ausbauen und zahlreiche Geschäfte im bevölkerungsreichsten Land der Erde eröffnen. Chans neuer Flagship-Store in Tokio bietet beispielsweise 6.000 Quadratmeter Fläche und beherbergt ein von Spitzenkoch Alain Ducasse geführtes Restaurant. In der direkten Nachbarschaft im Ginza District errichtet auch Tod's derzeit ein siebenstöckiges Haus um 240 Millionen US-Dollar.

Ähnliche Szenarien spielen sich auch in der Automobilbranche ab, wo beispielsweise die deutsche Audi-Gruppe im vergangenen Jahr ihren Umsatz im asiatischen Raum binnen fünf Monaten verdoppeln konnte. Auch Mercedes Benz kann sich über ein jährliches Umsatzplus von 20 Prozent freuen.

Rosige Aussichten.

Laut der High-End Fashion Studie 2006 von Roland Berger Strategy Consultants befindet sich auch der Deutsche Luxusartikelmarkt im kontinuierlichen Wachstum. Den größten Anteil innerhalb des Luxussegments macht dabei der Modesektor mit einer Zuwachsrate von 12 Prozent und 380 Millionen Euro Umsatzvolumen im Jahr 2006 aus. Laut der Studie dominieren die Top 10-Marken 70 Prozent des Marktes und verzeichnen ein Wachstum von 14 Prozent. Auch andere Luxusgüter können beruhigt in die Zukunft blicken: Uhren und Schmuck können sich über 8 Prozent Zuwachsrate freuen, Champagner, Wein und Spirituosen verzeichnen ein jährliches Plus von 5 Prozent, Parfüm und Kosmetik wachsen um 4 Prozent jährlich. Bis 2010 rechnen die Experten mit einem Anwachsen des Marktes auf 680 Millionen Euro, dem ein durchschnittliches jährliches Wachstum des Bruttoinlandsproduktes (BIP) von 2 Prozent und eine Zunahme der Vermögensmillionäre von 3,8 Prozent gegenüberstehen. Die Gründe für die überdurchschnittlich hohen Zuwachsraten im Luxussegment ortet Roland Berger Strategy Consultants in der alternden Bevölkerung, die wachsende Ansprüche stellt, einerseits und im allgemeinen Einstellungswandel hin zu Nachhaltigkeit und Individualität andererseits. Einen weiteren Wachstumsfaktor attestiert die Studie dem anhaltenden Tourismusboom.

Zu ähnlichen Schlüssen kommt auch eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung Capgemini. Laut dieser beläuft sich das Vermögen aller Millionäre weltweit auf mittlerweile 28,8 Billionen US-Dollar, was dem addierten Bruttosozialprodukt von Deutschland, Frankreich, Japan, Großbritannien und den Vereinigten Staaten zusammen entspricht. Alleine in der Bundesrepublik Deutschland leben derzeit über eine Million Euro-Millionäre; vor zehn Jahren waren es nur halb so viele. Neben steigenden Börsenkursen werden auch die Gehälter im Topmanagement für die wachsende Zahl der Millionäre verantwortlich gemacht: So verdient der Vorstand eines börsennotierten (DAX) Unternehmens derzeit durchschnittlich 1,25 Millionen Euro pro Jahr.

Reiche Russen.

Eine aktuelle Studie des Nürnberger Regionalforschungsinstituts MB-Research belegt, was allen Wirtschaftsexperten schon lange klar ist: Die russische Wirtschaft boomt und entwickelt sich in einem rasanten Tempo. Mit einer Kaufkraft von 286 Milliarden Euro, was einem Anstieg der Pro-Kopf-Kaufkraft um 65 Prozent in den letzten fünf Jahren entspricht, belegt sie einen Spitzenplatz in Europa. In St. Petersburg ist die Kaufkraft beispielsweise seit 2001 um 87 Prozent auf rund 11,5 Milliarden Euro im Jahr 2006 gestiegen. Die Kaufkraft Moskaus beläuft sich im Vergleich auf 54,3 Milliarden Euro, konnte in den letzten fünf Jahren jedoch eine deutlich geringere Steigerung von „nur“ 53 Prozent verzeichnen. Wirtschaftsexperten



machen vor allem die hohen Öl- und Gaspreise für das Wachstum verantwortlich. Die Kaufkraft Deutschlands liegt derzeit bei 1.495 Milliarden Euro, das sind 19,5 Prozent des europäischen Kaufkraftvolumens. Im Pro-Kopf-Vergleich belegen jedoch Luxemburg und die Schweiz die vordersten Plätze.

LUXURY, please.® // Wien Products



Produkte aus Wien in aller Welt

Im Jahre 1995 rief die Wirtschaftskammer Wien die Dachmarke WIEN PRODUCTS als gemeinsames Markenzeichen für erstklassige Erzeugnisse Wiener Unternehmen ins Leben.

Oberste Grundsätze bei der Auswahl der Unternehmen für die WIEN PRODUCTS-Gruppe sind die gleich bleibend hohe Qualität der Produkte, der hohe Anspruch an Design und Produktgestaltung sowie ein überdurchschnittlich hoch ausgeprägter Servicegedanke gegenüber Partnerfirmen und Konsumenten. Bislang wurden 50 Unternehmen und Institutionen mit der WIEN PRODUCTS-Mitgliedschaft ausgezeichnet.

Wichtigstes Ziel der WIEN PRODUCTS-Aktivitäten ist die Förderung von Wiener Klein- und Mittelbetrieben, die Leistungen von internationalem Standard erbringen bzw. selbst Standards setzen. Diesen außergewöhnlichen Unternehmen hilft die Wirtschaftskammer Wien dabei auf dem internationalen Markt Fuß zu fassen.

Die überaus breite Produktpalette, welche die 50 WIEN PRODUCTS-Unternehmen repräsentiert, macht es erforderlich diese in sechs themenorientierte Cluster zu gliedern.

Damit wird einerseits die punktgenaue Ansprache der Zielgruppen auf dem internationalen Markt erreicht und andererseits dazu beigetragen, dass Synergien in einzelnen Clustern optimal genutzt werden.

Die WIEN PRODUCTS-Cluster:

AMBIENCE OF VIENNA – interior design with a difference – umfasst herausragende Unternehmen aus den Bereichen Wohntextilien, Objektbeleuchtung, Möbelerzeugung und Messingtürbeschläge.

PERFORMANCE OF VIENNA – unique cultural delights – vereint einige der bekanntesten Wiener Kulturinstitutionen wie z.B. die Spanische Hofreitschule, die Wiener Symphoniker und die Wiener Sängerknaben, sowie erstklassige Instrumentenbauer wie beispielsweise die Klavierfabrik L. Bösendorfer und den Geigenbaumeister Christoph Schachner.

PLEASURES OF VIENNA – exquisite fashion and design – beinhaltet eine große Bandbreite verschiedener Produkte – von exklusiven Brillen über modische Handtaschen bis hin zu formschönen Accessoires aus edlen Stoffen.

TASTE OF VIENNA – delicious food and beverages – steht für erlesene Gaumenfreuden die bei Experten und Konsumenten gleichermaßen beliebt sind.

TOP TABLES OF VIENNA – exclusive handcrafted tableware – bietet alle Produkte für den festlich gedeckten Tisch. Handbemaltes Porzellan, feinste Kristallgläser, edle Tischwäsche und hochwertigstes Tafelbesteck lassen jedes Essen zu einem Fest werden.

TREASURES OF VIENNA – jewelry with timeless elegance – besticht durch exklusive Schmuckideen die eine große Vielfalt an Stilrichtungen mit der bekannten Qualität des Wiener Schmuckhandwerks verbinden.

Obwohl WIEN PRODUCTS grundsätzlich weltweit aktiv ist, sind einige ausgewählte Märkte für den Erfolg der letzten Jahre von besonderer Bedeutung gewesen. Auf diesen Märkten konzentrieren die Unternehmen der WIEN PRODUCTS-Gruppe einen Großteil ihrer Aufmerksamkeit. Dazu zählen Japan, Hong Kong und die VR China, die Vereinigten Staaten von Amerika, sowie die Staaten der EU.

Variantenreiche Präsentationskonzepte wie weltweite B2B Workshops, Verkaufsausstellungen in exklusiven Department Stores oder kulinarische Wien Wochen in ausgesuchten Spitzenhotels, bieten hervorragende Möglichkeiten bestehende Wirtschaftsbeziehungen auszubauen und WIEN PRODUCTS-Unternehmen mit weiteren potentiellen Partnern in Verbindung zu bringen.

Als wirkungsvollstes Instrument zur Bewerbung und Vermarktung von Wiener Qualitätsprodukten hat sich die WIEN PRODUCTS-Website erwiesen. www.wienproducts.at bietet umfassende Informationen zu den einzelnen Mitgliedsunternehmen sowie einen ständig aktualisierten News-Bereich.

Der WIEN PRODUCTS-Leitsatz „TAKE VIENNA HOME“ ist viel mehr als nur ein Slogan: Er steht für den Willen der WIEN PRODUCTS-Unternehmen, ihren Kunden mit jedem Produkt ein echtes Stück Wien mit nach Hause geben zu wollen. Denn WIEN PRODUCTS ist Garant dafür, dass Sie ein „Original-Wiener-Produkt“ erwerben, welches mit größter Sorgfalt und Liebe zum Detail hergestellt wurde.

Rückfragehinweis:

Thomas H. Bohuslav

WIEN PRODUCTS Service Center

Wirtschaftskammer Wien

1010 Wien, Stubenring 8-10

Tel.: +43 1 514 50 DW 1517 oder DW 1456

Fax: +43 1 414 50 1515

e-mail: wienproducts@wkw.at

LUXURY, please.® // Zitate

Stimmen zum Luxus

„Luxus ist zwar überflüssig, aber zugleich doch so notwendig.“

Voltaire

„Das ist eine Philosophie des Luxus: Kostet etwas genug, lässt es sich verkaufen.“

Zino Davidoff, Unternehmer

„Die reinste Form von Luxus ist Reduktion. Ein Kleidungsstück ist perfekt, wenn man nichts mehr weglassen kann.“

Jil Sander, Modedesignerin

„Für mich ist Luxus in erster Linie guter Geschmack. Das ist weniger eine Frage des Geldes, als des ‚savoir vivre‘. Wenn sie eine schlecht geschnittene Kaschmir-Jacke tragen, haben sie auch nichts gespart.“

Emanuel Ungaro, Modedesigner

„Freiheit ist vielleicht das wichtigste Element im Leben einer ausgeglichenen Gesellschaft, aber mit dem Luxus der Freiheit wächst auch die menschliche Verantwortung unermesslich. Sie ist eine Form des Erwachsenseins, eine normale Fortentwicklung von der Unterwürfigkeit in den Klassenzimmern doktritärer Regimes.“

Sir Peter Ustinov, Schauspieler

„Die wirklichen Stars sind die Marken.“

Gerhard Krispl, Veranstalter der LUXURY, please.®

LUXURY, please.® // Programm

Fünf Tage Luxus in seiner Reinstform

Mittwoch, 21. November 2007

11.00 Uhr Präsentation des Goldkleides von Ginza Tanaka und Vorstellung des
Ausstellungskataloges der LUXURY, please.® 2007
Hilton Vienna, Lobby
1030 Wien, Am Stadtpark
Akkreditierung erforderlich!

Donnerstag, 22. November 2007

- 10.30 Uhr Ausstellungsrundgang: Vorbesichtigung für die Medien in
Begleitung von Philipp Plein und Rudolf Semrad.
Anschließend Cocktailempfang von The Swatch Group.
Hofburg
Akkreditierung erforderlich!
- 17.30 Uhr Interviewmöglichkeit mit Harald Glööckler
Hofburg, Festsaal
Akkreditierung erforderlich!
- 18.00 Uhr Eröffnung der LUXURY, please.® 2007
- 19.00 Uhr Fashion Act by Wolford auf der Feststiege
Fashion Act by Helen Yarmak auf der Feststiege
- 19.30 Uhr Filmpremiere Philipp Plein in der Philipp Plein Lounge
- 20.00 Uhr Festliche Eröffnung im Festsaal durch
- Gerhard Krispl
- Ernst Fuchs
- König von Benin
- Brigitte Jank
- 20.30 Uhr Premiere der Collection „Paradiso“ von Ernst Fuchs im Festsaal
- 21.00 Uhr Promi-Abschlag in der Golf Lounge durch Natascha Fink
Hofburg
Nur mit Einladung!
Akkreditierung erforderlich!
Die Hofburg hält an diesem Abend bis 22.30 Uhr geöffnet.
- 22.00 Uhr „LUXURY,please.® After Show and 1st X-Mas-Party of the Year“
presented by The Swatch Group
Planter's Bar, 1010 Wien, Zelinkagasse 4
Akkreditierung erforderlich!

Freitag, 23. November 2007

- 10.30 Uhr Pressegespräch mit Paolo Pininfarina auf der von ihm
designten Yacht.
Hofburg, Amadeus Yacht am Heldenplatz
Akkreditierung erforderlich!
- 10.30 Uhr Presseveranstaltung „REQUIEM FOR YOU“
Präsentation individuell komponierter Requien
Hofburg, Zeremoniensaal, 1. Obergeschoss, Salon „Silence & Magic“
- 18.00 Uhr Präsentation des neuen Porsche GT 2
und der Poggenpohl Porsche Design Küche.
Standparty
Hofburg
- 19.30 Uhr Jazz-Performance von Karl Frierson & Band
Hofburg, Golf Lounge
- 19.30 Uhr Feier anlässlich 20 Jahre Gulliver's Lifestyle
Hofburg, Gulliver's Lifestyle Lounge
Nur mit Einladung vom Veranstalter!

Samstag, 24. November 2007

17.00 Uhr Fashion Act by Philipp Plein
Hofburg, Philipp Plein Lounge

Sonntag, 25. November 2007

12.00 Uhr Pressegespräch Designer Simone Micheli
Hofburg

14.00 – 15.00 Uhr Autogrammstunde mit Rennfahrer Karl Wendlinger
vor dem Aston Martin-Racecar beim Jet Alliance Stand
Hofburg

Luxus von A bis Z.

Aigner Raritäten	www.rarities.at
Alpa Salotti	www.minotticucine.at
Anguilla Villas & Resorts	www.anguillabird.com
Anton Heldwein	www.heldwein.at
Appiani	www.appiani.it
Archides	www.archides.at
Architekt Serda	www.serda.at
Arlberg Hospiz Hotel	www.hospiz.com
Aston Martin	www.karner.eu
Augarten Porzellan	www.augarten.at
Auteno	www.auteno.com
Backhausen	www.backhausen.com
Bentley Wien	www.bentley.at
Berger Wintergartenoase	www.wintergartenoase.at
Blancpain	www.blancpain.com
Blumenhandwerk Muhr	www.blumenhandwerk.at
Bootswerft Frauscher	www.frauscherboats.com
Breguet	www.breguet.com
Breitling	www.breitling.com
Brilliant8	www.brilliant8.com
Brioni by Knize	www.knize.com
Cadillac	www.maxumcars.com
Carnival Cruiselines	www.carnivalcruiselines.de
Colonna Pevero Hotel	www.itihotels.it
Corvette	www.maxumcars.com
Cosmopolit	www.abpm.at
Croatia Boat Show	www.croatiaboatshow.com
Croatian Caribbean Yacht Charter	www.ccycc.eu

Dei Svaldi Matteo	www.deisvaldi.com
Dr. Koch Traumrealitäten	www.kochreal.at
Dubai Tourism	www.dubaitourism.ae
Duravit	www.odoerfer.at
Dvorak & Partner	Autoallee 6-8 // 2345 Brunn Am Gebirge
Egoth Verlag	www.egoth.at
Elmar Kalb	www.mtk.at
Emotionliner	www.emotionliner.at
encore! encore!	www.encore-encore.at
Engel & Völkers	www.engelvoelkers.com/resorts
Ermag	www.goldbad.com
Estée Lauder	www.estelauder.de
Ferrari da Varese // Bugatti	www.ferraridavarese.com
Feuerkristall Kamine	www.feuerkristall.at
Fine Arts	www.harts.at
Flughafen Wien // VIP & Business Services	www.flughafen-wien.at
Frégate Island Private	www.fregate.com
Gadner - Fine Jewels & Objets d'Art	www.yanagadner.at
Galerie Rauhenstein	Seilergasse 17 // 1010 Wien
Glashütte Original	www.glashuette-original.com
Glorit Haus- & Wohnbau	www.glorit.at
Golden Genius	www.golden-genius.com
Gulliver's Lifestyle	www.gullivers.at
H. Moser & Cie.	www.h-moser.com
Haban – Uhren & Juwelen	www.haban.at
Haderer	www.haderer.com
Harley Davidson	www.harley-davidson-wien.at
Harry Brunner – The Luxury Artist	www.harrybrunner.com
Heimweh	www.heimweh.info
Hogan by Knize	www.knize.at
Hotel Zürserhof	www.zuerserhof.at
Huber & Lerner	www.huber-lerner.at
Hummer	www.maxumcars.com

Interalpen-Hotel Tyrol*****	www.interalpen.com
IWC	www.iwc.ch
Jaeger-LeCoultre	www.jaeger-lecoultre.com
Jaguar	www.jaguar.at
Jaquet-Droz	www.jaquet-droz.com
Jarosinski & Vaugoin, Silberschmiede	www.vaugoin.com
Jet Alliance	www.jetalliance.at
Josef Ostermann	www.pipes.at
Juwelier Kieback - Wien	www.kieback-wien.at
K47 – keyclub vienna	www.k47-keyclub.com
Kiton by Knize	www.knize.com
Kleindienst & Partner	www.kleindienst.ae
Knize	www.knize.at
koenig consult + services	www.koenigconsult.com
Kunsthandel Widder	www.kunsthandelwidder.com
Kunsthhaus Wiesinger	www.kunsthhaus-wiesinger.at
L.A.R.O.N. Häuser	www.laron.at
Lamborghini Wien	www.lamborghini.at
Le Méridien Lav	www.lemeridien.com/split
Legend Lodges, Hotels & Resorts	www.legendlodges.co.za
Léon Hatot	www.leonhatot.com
Lobmeyr	www.lobmeyr.com
Maserati	www.karner.eu
Maybach	www.maybach-manufaktur.at
Mazbani Design	www.mazbani.at
Mercedes-Benz	www.mercedes-benz.at
Minotti Cucine	www.minotticucine.it
Neue Wiener Werkstätte	www.neuewienerwerkstaette.at
Odörfer	www.odoerfer.at
Omega	www.omegawatches.com
Optiker Himberg	www.opticals.at
Pachamama	www.pachamama.it
Panasonic	www.panasonic.at

Piemonte Turistica	www.torinopiemonte.com
Pininfarina	www.pininfarina.com
Poggenpohl Österreich	www.poggenpohl.at
Porsche Austria	www.porsche.at
Princess Cruises	www.princesscruises.de
Rahimi & Rahimi	www.rahimi.at
Regent Seven Seas Cruises	www.rssc.com
REQUIEM4YOU	www.requiem4you.com
Result Marketing	www.resultmarketing.at
Rolf Benz	www.rolf-benz.com
Rolls Royce	www.karner.eu
Rudolf Budja Galerie // Artmosphere	www.artmosphere.at
Sammer Gallery	www.sammergallery.es
Schau Schau Brillen	www.schau-schau.at
Silver Sea Cruises	www.silverseacruises.com
Simone Micheli Architectural Hero	www.simonemicheli.com
Six Senses Resorts & Spas	www.sixsenses.com
Skrein	www.skrein.at
Star Clipper Cruises	www.starclippers.com
Sturm Silber	www.sturm-silber.at
Sun Resorts	www.letouessrokresort.com
Swatch Group	www.swatchgroup.com
Tanaka Kikinzoku Jewelry K.K	www.ginzatanaka.co.jp
Teuco	www.odoerfer.at
The Regent Esplanade Zagreb	www.regenthotels.com
Tod's by Knize	www.knize.com
Underwood (London)	www.underwood-london.com
VERTU	www.vertu.com
VI Spring	www.vispring.co.uk
Von Köck	www.vonkoeck.at
VW Phaeton	www.volkswagen.at
Waterman	www.waterman.com
Wiener Silberschmiede Werkstätte	www.silberwerkstatt.at

Woka Lamps	www.wokalamps.com
Wolford	www.wolford.com
Yachtmodellbau Hirsch	www.yachtmodellbau.com
Ysenberg – Goldschmiede	www.ysenberg.com
Zechmeisterstein	www.zechmeisterstein.at
Zenith	www.zenith-watches.com
Zur Schwäbischen Jungfrau	www.schwaebische-jungfrau.at
Zypern Tourismus	www.visitcyprus.com

LEADING PARTNERS

Ehrenpräsidentin KommR Brigitte Jank

Croatia Boat Show	www.croatiaboatshow.com
Croatian Caribbean Yacht Charter	www.ccycc.eu
Le Méridien Lav, Split	www.limeridien.com/split
Maybach // official car LUXURY, please.	www.maybach-manufaktur.com
k47 – keyclub vienna	www.k47-keyclub.com
VIP & Business Services Vienna International Airport	www.viennaairport.com
Wien Products	www.wienproducts.at
Wirtschaftskammer Wien	www.wko.at/wien
Yacht Club Costa Smeralda	www.yccs.it

SPECIAL GUESTS @ LUXURY, please. 2007 // Wiener Hofburg

Philipp Plein	www.philippplein.com
Designer Paolo Pininfarina	www.pininfarina.com
Prof. Ernst Fuchs	www.ernstfuchs-zentrum.com
Simone Micheli Architectural Hero	www.simonemicheli.com

LUXURY, please.® // Österreich-Premiere von Tourbillon



Die Swatch Group Österreich präsentiert das Tourbillon Boutiquen-Konzept auf der Luxury, please®

Das Tourbillon gilt als höchste Komplikation in der Uhrmacherkunst und wurde von Abraham-Louis Breguet, dem Gründer der gleichnamigen Luxusmarke Ende des 18. Jahrhunderts erfunden und 1801 zum Patent angemeldet. Als Hommage an die lange Tradition der hohen Uhrmacherkunst vereint die Swatch Group Ihre Prestigemarken Breguet, Blancpain, Glashütte Original, Omega, Léon Hatot und Jaquet Droz unter dem Namen „Tourbillon“ in Multi-Brand Boutiquen. Der interessierte Kunde erlebt in diesen Boutiquen ein perfektes Markenumfeld und kann aus einer Vielzahl von Modellen wählen. Anlässlich der Luxury, please© 2007 präsentiert die Swatch Group Österreich dieses Tourbillon Boutiquen Konzept erstmals in Österreich. Im Dezember 2007 wird in Kitzbühel die erste Tourbillon Boutique Österreichs eröffnet.

Die Tourbillon Boutiquen heben sich durch mehrere Merkmale hervor. Zweifellos der wichtigste Faktor ist jener der Mitarbeiter: Unter den Besten Ihres Faches ausgewählt, bieten die perfekt ausgebildeten und mehrsprachigen Verkaufsteams einen fachkundigen und persönlichen Service. Nach dem Motto „nichts ist unmöglich“ wird jeder auch noch so individuelle Kundenwunsch mit höchster Priorität behandelt und gemeinsam mit der jeweiligen Marke abgewickelt. Als Botschafter repräsentieren die Mitarbeiter ebenso die Faszination für die hohe Uhrmacherkunst wie die außergewöhnliche Geschichte einer jeden einzelnen Marke.

Die Swatch Group mit Sitz in Biel/Schweiz ist der weltweit größte Produzent von Uhren, Uhrenkomponenten und Schmuck. Der Konzern vereint insgesamt 18 Marken (Breguet Blancpain, Glashütte Original, UNION Glashütte, OMEGA, Léon Hatot, Jaquet Droz, Longines, RADO, Hamilton, Tissot, Certina, ck watches, Swatch, Flik Flak, Mango, Timberland, Asics) unter einem Dach. Die Swatch Group forciert das Retail



Business überall dort, wo eine besonders starke Markenbotschaft transportiert werden soll. Umgesetzt wird dies entweder über eigene Stores, Monobrand-Boutiquen oder Tourbillon Boutiquen.

Die Swatch Group betreibt derzeit zehn Tourbillon Boutiquen, fünf davon in der Schweiz (Crans-Montana, Raimont Le Montreux Palace, St. Moritz, Lausanne, Lugano) und fünf weitere in den Europäischen Hotspots Baden-Baden/Deutschland, Mykonos/Griechenland, Porto Cervo/Italien, Portofino/Italien und Puerto Banus Marbella/Spanien. Im Dezember 2007 folgt die Tourbillon Boutique in Kitzbühel als erster Standort in Österreich. Gleichzeitig mit dieser Eröffnung werden in Österreich die Luxusmarken Léon Hatot und Jaquet Droz lanciert.

Rückfragehinweis:

The Swatch Group (Österreich) GmbH

Karin Sailer, Public Relations

Tel. 01 / 981 85-27, E-Mail: karin.sailer@swatchgroup.at

1220 Wien, Ares Tower, Donau-City-Straße 11

<http://www.tourbillon.com>

LUXURY, please.® // Collection Paradiso by Ernst Fuchs

Collection Paradiso

Die von Prof. Ernst Fuchs, einem der Hauptvertreter der „Wiener Schule des Phantastischen Realismus“, entworfene Interieur- und Accessoires-Kollektion „Paradiso“ stellt eine einzigartige Designkooperation Wiener Traditionshäuser dar, die im Geiste der Wiener Werkstätte handwerkliches Können mit Ernst Fuchs´ „Metapoesie“ in Einklang bringen.

In den Ateliers der namhaften Designunternehmen der WIEN PRODUCTS-Gruppe – Backhausen interior textiles, Kunsttischler und Innenausstatter Friedrich Otto Schmidt, Wiener Porzellanmanufaktur Augarten, Glasverleger Lobmeyr, Silbermanufaktur Jarosinski & Vaugoin, und Art Deco Schmuck – entstanden nach Entwürfen von Ernst Fuchs handwerklich gefertigte Objekte, die das Konzept des Gesamtkunstwerkes der Wiener Werkstätte in das neue Jahrtausend tragen. Dennoch bezeugt jedes einzelne Design der Künstleredition Paradiso die Intention Ernst Fuchs´, Gefühl als höhere Form des Denkvermögens zu etablieren.

Die einzelnen, weltweit agierenden traditionsbewussten Firmen garantieren höchsten Qualitätsanspruch in der handwerklichen Fertigung der Produkte und Aufgeschlossenheit und Sensibilität in der künstlerischen Umsetzung der Entwürfe.

Dabei rückt ein heimliches Zentrum unseres Lebens – der gedeckte Tisch – in den Mittelpunkt. Gut gedeckt, hat er zu allen Zeiten die Sinne der Menschen inspiriert.

„Transpartable“, der mit „Sit Lofty“ gut bestuhlte runde Ehlentisch mit Glasplatte der Traditionstischlerei Friedrich Otto Schmidt lässt den Blick auf „Mandalala“ den handgefertigten Teppich der Wiener Textildynastie Backhausen frei. Die Symbolkraft der Farben und Formen bereichert das Gemeinschaftserlebnis am runden Tisch um verborgene Sehnsüchte.

Ernst Fuchs´ Kreationen „Lotusblüten-Nadel und -Ohrschmuck“, der Seidenschal „Scaravan“, das Tischesilber „Silverpoint“, das Glas „Liquid Cathedral“, das Mokkaservice „Arancini“ und „Morgana“, der Tisch „Transpartable“ mit den Armsessel „Sit Lofty“ erschließen gemeinsam mit den Wohntextilien „Mandalala“, „Tide of Omega“, „D-Minor Electric“ und „Flora Granata“, einen reichen Kosmos der alle Elemente zu einem perfekt aufeinander abgestimmten, phantastisch-opulenten Gesamtkunstwerk fügen.

Kunst ist eben auch Schaustellerei die mit visuellen Sensationen verführt, um im spektakulären Ausnahmezustand zu verweilen.

Rückfragehinweis:

Backhausen interior textiles GmbH

Mag. Ursula Graf

Tel.: +43-1-51404-54

e-mail: graf@backhausen.com