



HANDWERK

Individualismus auf Italienisch

VON SANDY STRASSER

Konzentration auf die Funktion, das Praktische, den Tragekomfort – dafür steht das italienische Label Piquadro. Marco Palmieri ist Chef der Koffer- und Taschenmarke. Der studierte Ingenieur und ehemalige IT-Unternehmer hat schon früh seine Leidenschaft für Leder entdeckt und schlussendlich zum Beruf gemacht. Zu Beginn noch als unbekannter Lederwarenzulieferer für italienische Marken wie Gucci und Valentino, ist sein Unternehmen, das eigene Geschäfte in New York, Mailand und Hongkong führt, mittlerweile an der Mailänder Börse notiert. Wir wollten von ihm wissen, wie man Technologie, Informatik und das Internetgeschäft mit etwas so Traditionsbehaftetem wie der italienischen Lederfertigung zusammenbringt.

Herr Palmieri, wofür steht der Markenname Piquadro?

Piquadro bedeutet P im Quadrat. Die zwei Ps repräsentieren zum einen Palmieri und zum anderen Pelleterie, was die italienische Bezeichnung für Lederwaren ist. Unser Markenname wurzelt außerdem in der großen Leidenschaft für Mathematik.

Welche Philosophie verkörpert er?

Jedem Produkt wohnt der Geist des Grunddesignkonzeptes inne: „Tech inside“. Unsere Produkte sind in der Tat Taschen und Mappen, die speziell konzipiert wurden, um technische Gegenstände sicher und elegant zu tragen. Dieses Konzept wird jetzt umgearbeitet für die aktualisierte Bagmatic Idee, eine Art Taschenautomation, die eine Evolution des „Tech inside“-Konzeptes darstellt und unser erster Vorstoß in das IoT, Internet of Things, ist. Die neuen Taschen, Rucksäcke und Gepäckstücke, die Piquadro gerade in Umlauf gebracht hat, sind mit einem Geolocationgerät ausgestattet und werden bald mit einer integrierten Powerbank ausgerüstet sein, die ein Smartphone einfach durch Kontakt aufladen kann. Noch mehr Funktionen sind in der Entwicklung, die es ermöglichen werden, beispielsweise das Rücklicht der Tasche aufleuchten zu lassen, das Gepäckstück durch die Berührung mit dem Smartphone zu wiegen oder abzuschließen. Im Mittelpunkt von unserem Bagmatic-Konzept steht die Connequ-App, die sowohl Smartphones als auch Smartwatches bedient und die die Interaktion mit Gepäckstück oder Tasche ermöglicht.

Als ehemaliger IT-Unternehmer sind sie naturgemäß eher verbandelt mit den neuesten Technologien als mit Mode und Design. Wie entstand die Idee für Ihr eigenes Taschenlabel?

Als ich Piquadro gründete war ich ein junger Unternehmer und viel unterwegs. Mein Laptop war mein ständiger Begleiter. Die Vorstellung, dass selbst die modernsten

und elegantesten Ledertaschen so beschaffen sein sollten, um Notebooks, Tablets und Smartphones tragen zu können, erscheint inzwischen selbstverständlich, weil ihr ständiger Einsatz heute vollkommen normal ist. Viele angesagte und luxuriöse Marken haben daher ihre Taschen bereits mit mehr oder weniger gefütterten Fächern ausgestattet. Aber vor zwanzig Jahren waren alle eleganten Brieftaschen einzig dafür geschaffen, um Dokumente mit sich zuführen – nicht Technologie. Zu dieser Zeit waren „technologische“ Taschen billig und nicht sehr attraktiv. Doch es war definitiv Bedarf vorhanden für ein neues Produkt, das beides, technologisch und elegant, sein sollte. Auch ich selbst, da ich als Geschäftsmann häufig unterwegs und sehr an Hightech interessiert war, spürte diesen Bedarf. Daher rührte meine Intuition, Piquadro als Techdesignmarke von Lederprodukten zu schaffen.

Welche Zielgruppe wollen Sie mit Ihren Produkten ansprechen?

Unser Held war immer schon der junge, unabhängige Geschäftsmann, möglicherweise ein Start-up-Unternehmer, der nicht alles in Schwarz und klassischem Chic haben möchte, denn das hat er bereits für seinen Job. Wir designen für jemanden, der mit Accessoires seine eigene Persönlichkeit darstellen möchte.

Welche Ansprüche an Qualität und Design haben Ihre Kunden?

Ihre Erwartungen waren immer schon hoch, weil sie sich nicht von einem Markenimage locken lassen und zu Recht auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bestehen. In Bezug auf Qualität achten sie sehr auf Material und Verarbeitung, hinsichtlich des Designs erwarten sie, dass die Kollektionen immer topaktuell und geschäftsfreundlich gestaltet sind. »



Was erwarten sie von Ihnen im Bereich Gepäck?

Taschen. Das ist Piquadros Schlüsselwort. Unsere Gepäckstücke sind für den erfahrenen Reisenden geschaffen, der nur das Essenzielle packt und es zur Hand haben möchte, wenn er es braucht. Also muss Platz optimiert werden und klug organisiert sein.

Inwieweit haben sich die Bedürfnisse von Geschäftsreisenden in den vergangenen Jahren verändert? Welchen Fokus setzen Sie heute auf der Suche nach adäquatem Reisegepäck?

Geschäftsreisende haben immer nach maximalem Komfort gesucht. Qualität und Leichtigkeit sind heute selbstverständlich, denn es gibt eine ganze Reihe guter Gepäckmarken. Was Sie heute also brauchen, ist Sicherheit und jede kleine Ergänzung, die eine Geschäftsreise weniger anstrengend macht. Daher kommt unsere Idee, die Taschen smart und kommunikationsfähig zu machen.

Wie verbinden Sie den Wunsch nach intelligenter Ausstattung und Qualität, ohne dass die typische italienische Eleganz auf der Strecke bleibt?

Unsere Designer haben immer schon verstanden, dass die Technologie – obwohl sie der eigentliche Wert ist, der Piquadro von konkurrierenden Marken absetzt – niemals auffällig in Szene gesetzt werden darf, sondern elegant verdeckt sein sollte, sodass sie nur im täglichen Gebrauch zum Vorschein kommt.

Wie müssen klassische Fashionunternehmen Ihrer Meinung nach künftig denken, wenn wir über das Thema Wearable IT sprechen?

Wir sind davon überzeugt, dass Technologie immer dann gut ist, wenn sie zum Ziel hat, das Leben einfacher zu machen. Wichtig ist, dass sie nicht das Gegenteil tut und es anstrengender macht.

Der Hauptsitz Ihres Unternehmens befindet sich in Silla di Gaggio, gelegen zwischen Florenz und Bologna. Warum haben Sie sich hier niedergelassen?

Der Grund, warum wir unseren Hauptsitz in Silla di Gaggio Montana haben, ist sehr einfach. Dort lebe ich, und dort habe ich mein Unternehmen

gegründet. Heute ist die Firma viel größer als damals, als ich anfing, und heute haben wir auch Niederlassungen in Mailand. Aber das Herz der Firma bleibt dort, wo sie entstanden ist, weil die Nähe zur Toskana es einfacher macht, mit den dort ansässigen Gerbereien zu arbeiten, die übrigens die besten der Welt sind. Gleichzeitig ist die Region, in der Piquadro liegt, sehr lebendig in anderen Bereichen, die für uns eine Quelle der Inspiration darstellen. Firmen wie Ducati, Ferrari, Lamborghini liegen sehr nahe, um nur einige Beispiele zu nennen.

Und weshalb dieses futuristische Gebäude?

Das Gebäude, in dem Piquadros Hauptsitz zu Hause ist, wurde so gestaltet, dass es unsere Leitlinien in Bezug auf Design, Komfort und Technologie reflektiert. Tatsächlich ist das Gebäude ein schönes Bauwerk, das auf der Biennale von Venedig als eines der besten Beispiele für industrielle Architektur in Italien gezeigt wurde. Gleichzeitig ist es ein sehr funktionaler und technologischer Ort, der die Büros und das vollständig automatisierte Lager von 6.000 Quadratmetern beheimatet, wo Aufträge von überall in der Welt entgegengenommen und innerhalb von ein bis zwei Tagen ausgeführt werden.

Seit 2007 sind Sie mit Ihrer Marke an der Mailänder Börse notiert. Wie haben Sie es geschafft, dort hin zu kommen? Welche Herausforderungen auf diesem Weg sind Ihnen besonders in Erinnerung geblieben?

Die Führung an der Börse von Mailand war ein natürlicher Punkt in einer Entwicklung, mit der wir Jahre zuvor begonnen hatten, als wir das Unternehmen gründeten, um Firmenskapital aufzubauen.

Ihre Vita suggeriert, dass Sie immer auf der Suche nach neuen Abenteuern sind. Was planen Sie als Nächstes?

Ich würde gerne ein neues Produkt auf den Markt bringen, das Gepäck total revolutioniert. Daran arbeite ich, und ich hoffe, ich kann Ihnen bald mehr darüber sagen.

piquadro.com

MARCO PALMIERI

Im Alter von 22 Jahren gründet Marco Palmieri, damals Student der Ingenieurwissenschaften, eine kleine Firma, die Lederartikel für Dritte herstellt. Nachdem er zehn Jahre lang Artikel für die namhaftesten italienischen Luxuslederwarenfirmer produziert hat, bringt Piquadro erstmals seine eigene Marke auf den Markt. Mit den Werten Design, Funktionalität und Technologie unterscheidet sich die neue Marke, die Lederwaren für Beruf und Reise herstellt, von der Konkurrenz. Heute ist das Unternehmen an der Mailänder Börse notiert.

BERTSCH INNOVATION
smart product information

smart product information.

WE TAKE CARE OF THE MOST VALUABLE DATA YOU HAVE.

500+

Installationen

500.000+

Produkte im System

750.000+

Medien im System

20.000+

Benutzer im System

Hosted & made in
**BADEN-
WÜRTTEMBERG**

mediacockpit ist die moderne Standardsoftware und Integrationsplattform für die Verwaltung und Distribution von Produktinformationen (PIM) und digitalen Medien (DAM). Führen Sie Produktdaten und Medienobjekte nahtlos zusammen und veröffentlichen Sie Publikationen in Print, Online und Mobile in kürzester Zeit – automatisiert und individualisiert.

Mehr als 500 Kunden – darunter namhafte Marken und internationale Unternehmen wie Deichmann, Duravit, Kindernothilfe, Kronos, MAHLE, Mercedes-Benz, Ravensburger, Schaeffler und Schneider Electric – setzen bereits auf die smarten Software-Lösungen der Bertsch Innovation.

e-proCAT ist die etablierte Standardsoftware für die Erstellung digitaler Kataloge im BMEcat und GS1-XML Format sowie die Klassifizierung von Daten nach internationalen Standards (eCl@ss, ETIM, proficl@ss, UNSPSC und IDEA). Spielen Sie Ihre Daten in einfachen Schritten ein und erstellen Sie im Handumdrehen elektronische Kataloge.

Als Mitbegründer des BMEcat-Standards, GS1-Solution Provider, autorisierter eCl@ss Service-Dienstleister, Mitglied im proficl@ss-Verein sowie als exklusiver Lieferant der ETIM-Zertifizierungssoftware stehen wir Ihnen als starker Partner für die Standardisierung Ihrer Geschäftsabläufe zur Seite.

Marken der Bertsch Innovation GmbH:

e-pro[®]CAT

mediacockpit



proficl@ss