



ТЕКСТ / ЮНА ЗАВЕЛЬСКАЯ

МЕРА ВЕЩЕЙ

«МАСТЕРСКАЯ ИДЕЙ» ФИРМЫ HEYMANN-MODEN GMBH НАХОДИТСЯ В ГОРОДЕ ROSTOCK-WARNEMUNDE, В НЕСКОЛЬКИХ ШАГАХ ОТ КРАСИВОГО ПЛЯЖА БАЛТИЙСКОГО МОРЯ. В ПОЛДЕНЬ ЗДЕСЬ, НА МЕЛЬНИЧНОЙ УЛИЦЕ, В ДОМЕ НОМЕР 7, КАК И 17 ЛЕТ НАЗАД, ЗВОН КОРАБЕЛЬНОГО КОЛОКОЛА СОБИРАЕТ ЗА КРУГЛЫМ СТОЛОМ ВСЮ КОМАНДУ ИЗ 48 ЧЕЛОВЕК, РАБОТАЮЩУЮ НАД СОЗДАНИЕМ КОЛЛЕКЦИЙ BEATE HEYMANN STREETCOUTURE. КАК УДАЕТСЯ ОСНОВАТЕЛЬНИЦЕ ЭТОЙ МАРКИ ВЕСТИ СВОЙ КОРАБЛЬ ПО ВОЛНАМ НАШЕГО НЕСПОКОЙНОГО ВРЕМЕНИ, УПРАВЛЯЯ ИМ ЛИШЬ СИЛОЙ УБЕЖДЕНИЯ, РАССКАЗЫВАЕТ САМА БЕАТЕ ХАЙМАНН.

– Каковы основные черты стиля марки Beate Heymann Streetcouture? Относите ли вы себя к типичным представителям «немецкого стиля» в моде? Где вы получили образование дизайнера и как это повлияло на стиль ваших коллекций?

– Родилась я в городе Росток. Сегодня он находится уже на территории объединенной Германии, поэтому я горжусь тем, что являюсь гражданкой такого государства. Но внутри меня всегда будет жить та часть истории, которая относится к периоду существования Восточной Германии. Когда я училась в Школе искусств и жила в Берлине, в Вайсензее, то очень хорошо прочувствовала политический перелом того времени. Это нашло свое отражение и в моем видении моды. От происходящих перемен захватывало дух. Скоро я поняла, что открываются и новые профессиональные перспективы. За то, что у меня появилась возможность воспользоваться предоставленным шансом, я должна благодарить своего отца, профессора, и мужа, которые поддержали меня как мораль-

но, так и в финансовом плане. После окончания обучения в Школе искусств, не имея никакого практического и профессионального опыта, я решила стать независимым дизайнером. Это было очень сложное время. Но я не жалею ни об одном дне, прожитом в тот период. Мы с мужем собрали все наши небольшие сбережения и в феврале 1994 года впервые приняли участие в выставке CPD в Дюссельдорфе. Можете представить мое состояние, когда через 10 минут после открытия экспозиции у меня уже был крупный заказ из Швейцарии! Это было потрясающе! Все произошедшее произвело на меня такое впечатление, что подтвердило правильность принятого решения. Несмотря на то что затем последовало еще множество разных перемен, я старалась целенаправленно идти дальше по однажды выбранному пути.

– Существует ли особый, балтийский стиль, развивающийся в приморских регионах тех стран, что расположены по берегам Балтийского моря, – Германии, Польши, Дании, Литвы, Латвии

и Эстонии? Может быть, стоило бы назвать этот стиль ганзейским? Опираетесь ли вы в создании своей марки на какие-то традиционные черты народного костюма стран «Ганзейского союза»?

– Я думаю, что какого-то специфического балтийского модного стиля не существует, так как балтийский регион является родиной очень большого числа художников, имеющих свой индивидуальный почерк. Кроме того, историческое и культурное развитие балтийских стран происходило вовсе не однородно. Тем не менее мне было приятно слышать от некоторых клиентов, что в моих коллекциях они находят нечто ганзейское.

– Какие традиционные методы и приемы обработки материала, отделки вы применяете в своей работе?

– Я работаю с известными производителями тканей из Италии, Франции и Японии. Получаю большое удовольствие и вдохновение от новых технологий кройки и шитья. Сотрудничество с некоторыми фирмами длится уже так долго, что нам доводилось совместно создавать эскизы и дизайны ткани, которые потом находили свое отражение исключительно в моих коллекциях.

– Все эти годы вы сохраняете семейную атмосферу в своей компании. Помогает ли это в работе? Не собираетесь ли вы расширять компанию, и если да, то как вам удастся сохранить такой семейный уют при возросшем числе работников?

– Я очень ценю сложившуюся у нас в фирме непринужденную атмосферу общения. Она основана на доверии, надежности и посто-



Ателье Beate Heymann



яньстве. Да, число наших сотрудников растет, но и при увеличении товарооборота мы не забываем о том, что прибыль не всегда является мерой вещей.

– Помогают ли такие демократичные обсуждения выработать стратегию развития марки (и как это отражается на стиле коллекций) или все-таки основные решения принимаете вы с мужем?

– У нас с мужем разные функциональные обязанности в фирме. Он отвечает за производство и сбыт, я же являюсь вдохновителем идей в моделировании и конструировании коллекции. Стратегические решения мы принимаем вместе. У нас такой распорядок дня: до 16 часов в офисе господствует демократия, а потом каждый может принимать самостоятельные решения.

– Каковы стратегические планы компании на ближайшие годы? В каком формате магазинов (монобренд, мультибренд, shop in shop, корнер) марка предполагает развиваться? В чем привлекательность сотрудничества с вашей маркой для предполагаемых партнеров? Предлагаете ли вы им франчайзинговый пакет?

– В последние годы для нас было важно не идти на поводу у разного рода тенденций, касающихся новых форм продаж и торговых моделей. Мы вполне сознательно отказывались от модели франчайзинга и корнеров. Конечно, мы потеряли часть оборота, но тем самым мы стараемся поддерживать своих клиентов, занимающихся розничной продажей, предлагая им новые и удобные для них формы сотрудничества. Мои модели продаются в специализированных магазинах эксклюзивной одежды. И это всегда будет так. Мы все время ищем опытных и заинтересованных партнеров, имеющих хорошо оформленные магазины, тщательно подобранный, исходя из модного и коммерческого аспектов, товарный ассортимент. Эти люди также должны быть способны принимать самостоятельные решения.

– Какие ассортиментные группы уже присутствуют в вашей коллекции и какие новые линии вы планируете добавить к ним в ближайшем будущем?

– Потерпите, я думаю, что смогу вас удивить!

– Продается ли одежда Beate Heymann Streetcouture в России? Если да, то довольны ли вы результатами продаж? Собираетесь ли расширять свое присутствие в этой стране?

– Успех зависит и от партнера, который занимается продвижением нашей марки. В лице фирмы FOMges мы нашли то агентство, которое в своей деятельности так же, как и мы, руководствуется идеей непринужденных доверительных отношений со своими партнерами и находит индивидуальный подход к каждому из них. То, что хорошо для столичных улиц, не всегда удачно для других городов. Агент, представляющий марку, должен хорошо знать модное соседство и культурное окружение каждого своего клиента, а также уметь выбрать для него из моей коллекции как раз то, что необходимо именно ему. Только в таком случае можно говорить о компетентном подходе. Агентство FOMges является для нас именно таким партнером. 