

Vielseitig & vielversprechend

Die internationalen Einkäufer tummelten sich in Berlin und Düsseldorf. Gerade die Premium in Berlin erweist sich als sichere Anlaufstelle für neue Labels. Die folgenden hat die TZ aufgespürt.

Das Feedback der meisten Händler und Einkäufer nach den Messen ist positiv. Innovative Looks sind allerdings Mangelware: »Vielmehr wurden Trends, die im Sommer 2010 funktioniert haben, verstärkt«, so Claudia Neubrand, Einkaufsleitung DOB bei Don Gil. Kombinationen, die aus dem Premium-Segment bekannt sind – wie etwa Cargohose zu Seidenbluse und Blazer – ziehen sich weiter in die nächste Saison und halten Einzug in den Mainstream. Diese Outfits bieten einzelnen Produktgruppen die Möglichkeit, sich zu profilieren und zum Trend-Item zu werden. Bestes Beispiel für Frühjahr/Sommer 2011: die Bluse. Sie wird so gut besprochen wie schon lange nicht mehr und ist der ideale Gegenpart zu sportiven Cargos und Chinos. Deshalb sind viele Händler auf der Suche nach neuen, qualitativ hochwertigen Labels. Die Agenturen haben prompt reagiert und zeigen innovative Blusenanbieter aus Italien, Deutschland oder Amerika, die eines vereint: das gewisse Etwas. Soll heißen: Material-Patches, originelle Knöpfe, schmückende Kontrastfutter an Krägen und Ärmelaufschlägen, witzige Prints, Rüschen und aufwendige Waschungen mit Vintage-Charakter. Die Agenturen jubilierten und berichten über eine erstaunliche Zahl an Neukunden. Auch gut funktionieren scharf geschnittene Blazer mit Kontrast-Patches an den Ellenbogen und lässige Shirts mit Art-Prints und Vintage-Details. Unter dem Strich kann sich die Einzelteiligkeit also weiterhin behaupten. Für Händler und Einkäufer bedeutet dies: Die Suche nach speziellen Teilen geht weiter. Und dabei vertrauen sie immer mehr auf große Agenturen, die die Funktion eines Trendscouts übernehmen und rund um den Globus unterwegs sind, um neue Brands auszuforschen.

SA





© PAISLEY PARK

Paisley Park

Steife Bluse? Das war gestern, Paisley Park ist heute. Das deutsche Label, das seit drei Jahren mit einer lässigen Lederkollektion am Markt ist, erweitert sein Sortiment und bietet für die Frühjahr-/Sommer-Kollektion 2011 erstmals coole und anschmiegsame Blusen, die durch spezielle Waschverfahren einen extrem weichen Griff haben und durch ihre Dehnbarkeit besonders angenehm zu tragen sind. Die Schnitte sind lässig, aber feminin und überzeugen durch eine große Auswahl an frischen Sommermustern. Über 20 Styles in 30 verschiedenen Stoffen sind bei Paisley Park erhältlich: Ob Drucke im Liberty-Look, Streifen, Karos oder Polkadots. Ob mit Volants, klassisch clean oder bestickt. Die Farbpalette wird vorwiegend von angesagten Blautönen dominiert, Violett, Flieder und Rot setzen farbenfrohe Akzente. Angenehm auf der Haut sind die natürlichen Materialien wie Baumwolle, Leinen und Baumwoll-Seide-Mischungen. Dass hohe Qualität nicht immer teuer sein muss, beweisen die VK-Preise: 59 € für ein klassisches Modell, bis zu 139 € für ein aufwendig besticktes Modell. Den Vertrieb für Österreich leitet die Agentur Nicolas Etevenard in Wien, etevenard@etevenard.at.

Flowers for Friends

Das deutsche Label Flowers for Friends wurde von der IQ fashion, Berlin zur Saison Frühjahr/Sommer 2010 in Deutschland und der Schweiz bei über 150 Kunden erfolgreich eingeführt. Seit Herbst/Winter 2010 hat Andreas Schmied, Agentur Free Mountain, den Vertrieb für Österreich übernommen. Flowers for Friends will sich als modischer Spezialist für Blusen und Tuniken etablieren und bietet sportiv-entspannte Looks in Baumwoll-Seidenmischungen. Garment-Dyed-Qualitäten und Drucke mit einer Silicon-Softwäsche zeigen neue Optiken. Bestseller werden als moderne Standards weitergeführt und sollen in der Zukunft als Stock-Service angeboten werden. Boyfriend-Styles und sportive Details treffen auf feminine Rüschen und Biesen. Bei den Prints wird mit grafischen Mustern, Dots und Paisleys eine große Bandbreite gezeigt. Retro-Motive runden die modische Aussage ab. Die EK reichen von 33 € bis 48 €, die Verkaufspreise liegen zwischen 89 € und 129 €. Es werden jeweils zwei Hauptkollektionen mit je 60 Teilen gezeigt, zusätzlich sollen kompakte Trend-Updates mit je 15 Teilen das Programm ergänzen.



© FLOWERS FOR FRIENDS

Equipment

Hinter diesem Label steckt jede Menge Geschichte: der langjährige Lebenspartner der französischen Vogue-Chefin und Mode-Ikone Carine Roitfeld, Christian Roitfeld, gründete in den 80er-Jahren das Label Equipment und revolutionierte damit das Fashion-Business. Er entdeckte Männerhemden für Frauen, interpretierte sie neu und machte sie zu einem Must-have im Kleiderschrank jeder Frau. Roitfeld konzentrierte sich auf Hemden, perfektionierte Qualität und Handwerk und kleidete damit Filmgrößen wie Lauren Bacall ein. 1998 verkaufte er das Label, um sich neuen Dingen zu widmen. Für Frühjahr 2010 meldet sich die Kultmarke zurück am Markt. Wiederbelebt von Serge Azria, CEO und Kreativdirektor der Marken Joie und Current/Elliott. An den Designs der coolen Hemden arbeitet Azria mit einem Team von renommierten Moderedakteuren aus aller Welt. Die neue Kollektion ist klassisch, minimalistisch und zitiert typische Equipment-Elemente wie die aufgesetzten Brusttaschen. Der Style ist entspannt, zeitlos und chic. Camouflage-Effekte, viel Transparenz, seidige Qualitäten und angesagte Farben wie Khaki und Blau finden sich wieder. Die EK liegen bei rund 85 €. Der Österreich-Vertrieb läuft über den Showroom der Agentur Unifa in Salzburg.

© EQUIPMENT

Nilofar

Das Label aus Übersee mit Sitz in New York City wurde von Nilofar Niazi, einem ehemaligen Wall-Street-Manager, 2008 gegründet. Der Kreativdirektor konzentriert sich auf hohe Qualität und modische Styles. Sein Ziel ist es, »investment pieces« zu entwerfen, die Klassik und Trend vereinen. Die Investition lohnt sich, schließlich werden die Modelle exklusiv in Italien hergestellt, und bei Nilofar weiß man, wo die besten Fabrikanten sitzen. Schließlich ließ man früher Jacken, Mäntel und Anzüge aus Loro-Piana- und Zegna-Stoffen produzieren. Mittlerweile jedoch fokussiert Nilofar ausschließlich auf Blusen und Hemden und unterstreicht damit seine spezielle Produktkompetenz. Feinste italienische Baumwolle, Leinen, Flanell, Voile und Cashmere werden für detailverliebte Blusen und Hemden verwendet. Nilofar wird in ausgewählten Luxusboutiquen in den USA, Belgien und Deutschland vertrieben. Interessierte österreichische Händler wenden sich direkt an Edward Schiettecatte, info@nilofar.it.



© NILOFAR

Pin-Up Stars

Im Bademoden-Bereich bereits eine Fixgröße, möchte sich die italienische Marke Pin-Up Stars nun auch im Ready-to-Wear-DOB-Segment etablieren. Mit der Kollektion Frühjahr/Sommer 2011 wagt man sich auf neues Terrain und zeigt eine Kollektion, die nach dem Total-Look-Konzept aufgebaut wurde und sich an fünf Hauptthemen orientiert, die perfekt mit der Beachwear verbunden werden können. Kaftans aus Baumwolle-Gaze mit schwarz-weißem Ethno-Druck, Mini-Kleider in Fuchsia mit Pailletten-Stickerei oder Jerseykleider mit witzigem Lippen-Print oder Makro-Blüten sorgen für Summer-Feeling de luxe. Voll im Trend liegen Sweatshirts, Leggings, Hemden und Tank-Tops aus softem Jersey. Passende Accessoires wie Strohtaschen, Taschen aus bedrucktem Segeltuch, Flip-Flops aus geflochtenen Bändern oder ein Maxi-Sonnenvisionier aus Stroh in Blau, Türkis oder Acid-Grün runden das sommerliche Modebild ideal ab. Nähere Informationen unter www.pinup.it.



© PIN-UP STARS

Max Volmáry

Luxurious Casualty. So lautet in kurzen Worten die Philosophie des jungen Blusen-Labels Max Volmáry. Genauer bedeutet das: Wertigkeit durch hochwertige italienische, französische, österreichische und deutsche Stoffe, edle und farbbeständige Farben sowie aufwendige und vielfältige Formen. Den Mehrwert der Bluse unterstreichen Details wie Perlen- und Kristallknöpfe an den Ärmeln. Diese wertigen Zutaten werden dann in eine lässige Form gegossen: »Wash and Wear«. Seide, Leinen und Baumwolle in unterschiedlichen Bindungseffekten und Elasthan-Beimischungen sorgen für ein angenehmes Tragegefühl mit niedrigem Pflegeaufwand. Das Farbbild ist immer möglichst nah am Trend, ohne übertrieben laut zu sein: Weiß, Kornblume, Flieder, Acqua, Khaki und Schilf. Neu sind Jeanswash-Themen und hochwertige Ink-Jet-Drucke. Cool sind subtil betonte Schulterpartien und auffallende Elemente wie Kragen, Manschette oder Blenden. Im Trend liegen lässige H- und feminine A-Formen sowie kleidähnliche Tuniken. Verkauft wird die Marke Max Volmáry inzwischen u.a. in Belgien, Kanada, Dänemark, Deutschland, Spanien und den USA. In Österreich hat die Agentur Motivo/Opavsky den Vertrieb übernommen.



© MAX VOLMÁRY

Adidas Originals Denim

Denim-Kollektion. Als Teil der Blue-Kollektion bringt Adidas Originals zur Saison Frühjahr/Sommer 2011 erstmals eine Denim-Linie auf den Markt. Damit will man das Angebot für den Streetwear-Markt erweitern. Ein eigens aufgestelltes Design-Team zeichnet für die neue Jeans-Kollektion verantwortlich, die je zwei Modelle für Damen und Herren bringt: Für die Mädls kommen Boyfriend und Röhre, die Jungs zeigen sich in relaxed und tapered Fits. Pro Modell werden acht verschiedene Washungen erhältlich sein. Ein Highlight der neuen Kollektion ist der sogenannte »Sneaker Protector«, der ein lästiges Problem lösen soll: Eine besondere Materialverarbeitung soll verhindern, dass die Jeans auf die Sneakers abfärben.

Die Denims werden zu einem VK von 80 bis 150 € angeboten und in den Adidas Originals-Stores sowie bei ausgewählten Händlern erhältlich sein. Weitere Informationen unter der Telefonnummer (01) 799 0289-19 oder press@adidas.com.

© ADIDAS ORIGINALS

Sirio & Sophie

Sirio ist eine der ältesten Hemdenmanufakturen in Italien und ist seit 1969 im modischen Hemden- und Blusenbereich tätig. Neu ist das Label also nicht, dafür aber wirklich gut. Verwendet werden ausschließlich hochwertige italienische Materialien, wobei das Produkt trotzdem kommerziell interessant bleibt – mit einem EK ab 26 € und einer tollen Kalkulation. Die Agentur Peter Kodym vertritt die Kollektionen Sirio und Sophie in ganz Europa. Für den Österreich-Verkauf der Damenlinie Sophie ist die Salzburger Agentur Room with a View zuständig. Sophie bietet feminine Blusen, die teilweise mit Rüschen dekoriert sind und dennoch nie ihren Casual-Charakter verlieren. Die Styles sind zum Teil stückgefärbt und mit Kontrast-Knopfleisten versehen. Manschetten und Krägen sind unterlegt. Die Linie Sirio bietet modische Hemden für den Mann an. Vom italienischen, regulär taillierten Hemd bis hin zu Superslim-Modellen. Hochwertiger Popeline überzeugt in der Qualität und ist gewaschen besonders lässig. Cool ist ein Gabardine als reduzierter, überfärbter Military-Style.



© SIRIO & SOPHIE

Simeon Farrar

Ursprünglich kommt der Brite Simeon Farrar aus der Kunst – er ist für seine »übermalten« Fotografien bekannt. Nachdem sich der Maler schon früher einen Namen mit Accessoires wie Schals und Taschen gemacht hat, präsentierte er auch eine Jersey-Kollektion. Die Shirts und Tops in extravaganten Schnitten mit anspruchsvollen Drucken lassen klar die Handschrift des Künstlers erkennen – Farbspiele in Beige, Grau und Schwarz mit dezenten Highlights sind typisch für Farrar und sollen urbane Stimmungen widerspiegeln, denn die Inspirationsquelle für Simeon Farrar stellen pulsierende Metropolen dar. Alle Materialien sind von Hand bedruckt oder gefärbt, oft werden die Drucke auch gewaschen.

Die Jersey-Kunstwerke von Farrar werden über die Salzburger Agentur Room with a view vertrieben.



© SIMEON FARRAR

Dylan George

Ein neues, junges Premium-Denim-Label aus L.A. kommt wieder einmal über den großen Teich nach Europa. Obwohl die Marke erst 2008 gegründet wurde, zählen schon jetzt viele Hollywood-Stars und -Sternchen zu den Fans. Designer Danny Guez achtet bei seinen Jeans vor allem auf hochwertiges Material, Passform und einen jungen, sexy Style. Die lässige Kollektion bringt im Sommer 2011 vielseitige Modelle von rockig bis soft wie Stretch-Denims, Satin- und Twill-Hosen, Vintage-Chinos, Cargos und Skin-nys. Besonderes Augenmerk wird neben dem perfekten Fit und Waschungen auch auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis gelegt. Der Österreich-Vertrieb des neuen It-Labels läuft über die Salzburger Agentur Room with a view.



© DYLAN GEORGE

Bleifrei

Das Premium-Sports-Label Bleifrei der italienischen Macliv S.r.l. feiert ein Comeback in der DOB – erstmals angeboten wurde die Marke schon in den späten 80er-Jahren. Unter dem Motto »Casual urban apparel made with the finest yarns and cottons« entstehen coole, aber dennoch weibliche Looks. Stellvertretend für den lässigen und gleichzeitig trendigen Look steht der Materialmix aus Organic-Cotton und Seide. Key-Items der Kollektion sind außerdem Jeans in verschiedenen Waschungen, ein klassisch anmutender Trench, Shirts mit jungen Prints oder Shorts in Weiß und Sand. Dazu kombiniert man Jeansjacken und Accessoires wie Schals. Vertrieben wird Bleifrei in Italien, Deutschland, Österreich, Spanien, der Türkei, Russland, Belgien, den Niederlanden und Hongkong. Den Österreich-Vertrieb der neu durchstartenden Marke hat die Modeagentur Andreas Wenz – mit Showrooms in Wien, Modocenterstr. 22/ Haus B2, 6. Stock, und in Salzburg, Gusswerk, Objekt 4, Söllheimerstrasse 16 – inne.