

Hot & Cool

Chic



JIMMY CHOO

Norway

Schrill



PHILIPP PLEIN

Survivor

Edel



CHANEL

Sneaker

Fein



LONGCHAMP

Le Plage Cuir
Étoile

Modisch



MADELEINE

Trainer

Das Produkt Bekannt geworden ist die britische Schuhmarke zwar mit schwindelerregenden Highheels, sie kann den Ball bzw. den Absatz aber auch sehr gekonnt flach halten. Das mittlerweile umfangreiche Flats-Sortiment umfasst Ballerinas, Sandalen, Schlapfen und seit 2010 auch Sportschuhe. Neben vergleichsweise schlichten, unifarbenen Modellen gibt es auch solche im plakativen Material- und Farbmix oder mit sehr dekorativen und auffälligen Details. So tragen etwa die Norway-Sneaker aus Hightech-Mesh farblich passende Echtpelz-Puschel.

Die Marke Ob das Sprichwort „Schuster bleib bei deinem Leisten“ auch in Malaysia gilt? Auf Jimmy Choo, der aus einer Schuhmacherfamilie stammt, trifft es auf jeden Fall zu. Im zarten Alter von elf Jahren entwarf er das erste Modell, später folgte eine Ausbildung am renommierten London College of Fashion. Nach dem Abschluss 1984 arbeitete Choo für Bally und eröffnete 1986, da war er 25 Jahre, ein Atelier mit angeschlossenem Schuhgeschäft im Londoner East End. Mit Tamara Mellon, der ehemaligen Accessoires-Chefin der britischen *Vogue*, die nicht wenig zur wachsenden Bekanntheit beigetragen hat, gründete er 1996 Jimmy Choo Ltd. Nach dem Einstieg des Beteiligungsunternehmens Equinox Luxury im Jahr 2001 und Unstimmigkeiten mit Mellon verließ Choo das Unternehmen, das 2011 von der Labelux Group (heute JAB Holding) um 570 Mio. € gekauft wurde und seit diesem Sommer zum US-amerikanischen Fashionkonzern Michael Kors gehört.

Fazit Sportlich & feminin.

Das Produkt Der leise Auftritt ist definitiv nicht Philipp Pleins Sache. Seine Mode ist schrill, laut, provokativ und ein wenig trashig – ein wilder Mix aus Rocker, Punk und Gangsta Rapper mit Nieten, Strass und dem Totenkopf als immer wiederkehrendes Designelement. Für das Damen-Modell Survivor hat der deutsche Star-Designer nach dem Motto „lieber zu viel als zu wenig“ besonders tief in die Bling-Bling-Kiste gegriffen. Einzig die Sohle ist leise, fällt aber durch das zackige Design ebenfalls in Auge.

Die Marke Ursprünglich stand für Philipp Plein eine juristische Karriere auf dem Plan. Nach Abschluss des Gymnasiums am Internat Schloss Salem studierte er (auf Wunsch seiner Eltern) in Erlangen Rechtswissenschaften. Aber bald war klar, dass graue Paragrafen nicht sein Ding sind und er machte sich 1998 als Designer selbstständig. Anfangs entwarf er Möbel und Home-Accessoires, 2004 präsentierte er die erste Modekollektion, die 2006 um eine Accessoire-Linie ergänzt wurde. 2008 stattete er Heidi Klum und die Teilnehmerinnen von Germany’s Next Topmodels mit einer „Heavy-Metal“-Kollektion aus, wodurch die Marke auch einer breiten Öffentlichkeit bekannt wurde. 2012 kam Kindermode ins Programm, Ende 2016 erfolgte die Übernahme von Billionaire Couture, der Modemarke von Flavio Briatore, und Anfang 2017 wurde die erste Sportswears-Kollektion gelauncht. Ebenso flott entwickelte sich die Expansion im Vertrieb. Seit 2009 wurden rund um die Welt Boutiquen und Showrooms eröffnet.

Fazit Glanz & Glitzer.

Das Produkt Jogginghosen sind Chanel-Chefdesigner Karl Lagerfeld bekanntlich ein Graus, den Joggingschuh dagegen lässt er gelten und designt für jede Kollektion neue Modelle. Die aktuellen Modelle aus glänzendem Stretch und Hightech-Jersey in Rippenoptik sind sogar betont sportlich und durchaus zum Joggen geeignet.

Die Marke 1909 eröffnete Coco Chanel auf dem Boulevard Malherbes einen Hutsalon. Ihre modernen, modernen und minimalistischen Modelle kamen bei den Damen der feinen Gesellschaft so gut an, dass sie ihr Atelier 1910 in die Pariser City verlegte. 1913 (Chanel entwarf da bereits elegant-lässige Mode) folgte eine Boutique in Deauville und zwei Jahre später eine in Biarritz, 1916 wurde erstmals eine komplette Couture-Kollektion präsentiert und 1924 das Sortiment um Modeschmuck erweitert. Im selben Jahr wurde mit finanzieller Unterstützung von Pierre und Paul Wertheimer, den Besitzern der Kosmetikfirma Bourjois, die Parfümsparte gegründet, die anfangs getrennt vom Modeunternehmen operierte. 1925 erfand Chanel das für die Marke noch heute typische Kostüm mit der kragenlosen Jacke, die vom Herren-Cardigan abstammt, ein Jahr später macht Madame mit dem Kleinen Schwarzen modische Furore. 1954 übernahmen die Wertheimers auch die Modesparte, und die Familie ist bis heute Eigentümer von Chanel. Zum Konzern gehören u.a. Eres, Holland & Holland sowie ehemalige Zulieferbetriebe wie Lesage, Lemarié, Massaro, Barrie Knitwear oder Maison A. Michel et Cie.

Fazit Joggen mit Stil.

Das Produkt Das bekannteste Produkt von Longchamp ist zweifellos Le Plage, eine simple, aber geniale faltbare Tasche aus Nylon und Leder. Das Kultmodell gibt es mittlerweile auch in der Nobelversion aus feinem Leder. Und auch wenn das einstige Modediktat, dass Schuhe und Tasche immer zusammenpassen müssen, längst nicht mehr so streng gehandhabt wird, ist es doch schön, dass es zur Le Plage auch verschiedene Schuhmodelle gibt. Neben Higheel-Stiefeletten und Ballerinas sind auch Sneaker im Programm. Auf modischen Chic und Raffinesse braucht Frau dabei natürlich nicht zu verzichten. Das Modell im edlen Materialmix aus Nappa- und Rauhleder – wahlweise in Schwarz, Rot und Royalblau – ist mit einem metallisch schimmernden Stern und silberfarbenen Ösen besetzt.

Die Marke 1948 übernahm Jean Cassegrain das alteingesessene Pariser Tabakwarengeschäft „Au Sultan“ und fertigte ab den 1950er-Jahren Lederhüllen für Pfeifen sowie Kleinlederwaren. Sein Unternehmen benannte er nach einer Pariser Pferderennbahn, an der eine kleine Getreidemühle stand, da Cassegrain übersetzt Körnerbrecher heißt. In den 1960er-Jahren wurde das Sortiment um Reisegepäck aus Leder und Nylon erweitert, 1971 folgten die ersten Damenhandtaschen. Seit 1980 führt Jeans Sohn Philipp das Familienunternehmen. Auf sein Konto geht sowohl die Le Plage-Tasche als auch die Ausweitung des Produktprogramms auf Fashion für Damen und Herren sowie die erfolgreiche Internationalisierung.

Fazit Gut zu Fuß.

Das Produkt Die Kombination aus Schwarz und Weiß ist ein modischer Dauerbrenner, ebenso exotische Animalprints und glänzendes Lackleder – Grund genug für die Designer von Madeleine, die drei Trends immer wieder miteinander zu kombinieren. Herausgekommen ist dabei diesmal ein ebenso chicer wie sportlicher Sneaker. Er passt zur beliebten Jeans-Shirt-Lederjacken-Kombination genauso gut wie zum eleganten Hosenanzug oder einem Outfit aus weitschwingendem Midirock und lässigem Kaschmirpullover.

Die Marke Im Sommer 1977 wurde die erste Madeleine-Kollektion vorgestellt, und die Philosophie, die jeweils neuesten Modetrends von den internationalen Laufstegen für eine hinsichtlich Figur und Portmonnaie normal ausgestattete Frau umzusetzen und über den Versandhandel zu verkaufen, erwies sich in der Folge als ausgesprochen erfolgreich. Zuerst nur in Deutschland, 1989 erfolgt die Expansion in die Schweiz, 1992 mit der Gründung einer Tochterfirma in Linz der Markteintritt in Österreich, und seit 1999 ist Madeleine auch in Frankreich vertreten. 2001 werden erstmals einige Kollektionsteile auch über das Internet angeboten, und seit 2005 gibt es das komplette Sortiment, das Mode, Taschen, Schuhe, Loungewear, Bademode, Dessous, Accessoires und Modeschmuck umfasst, im eigenen Online-Store. Ergänzend zum Versandhandel und eCommerce betreibt Madeleine zwei Boutiquen (in Nürnberg und St. Gallen) sowie Outlets-Stores in Forchheim und Hechingen.

Fazit Chic goes wild.