



Ebenso wie die Jeans (ursprünglich eine Arbeiterhose) oder das auf dem Unterhemd basierende T-Shirt fand der Turnschuh in den 1950er-Jahren als Symbol der Rebellion gegen das Establishment Eingang in die Mode der Jugend. Mit der Fitnesswelle der 1980er wurde er dann in allen Gesellschaftsschichten und auch außerhalb der Turnhallen und Sportplätze salonfähig und gehört seither zu den unverzichtbaren Basics, die in keiner Garderobe fehlen dürfen. Mittlerweile haben auch fast alle Luxusmarken die bequemen Leisetreter im Sortiment. Zum Sporteln eignen sich die zwar nicht wirklich, dafür aber umso mehr für einen modisch flotten Auftritt.

Spacig




LOUIS VUITTON

Bunt




DOLCE & GABBANA

Trendig




HERMÈS

Mondän



BOGNER

Nobel



AIGNER

Spaceship

Portofino

Player

Saas Fee

Max 4C

Das Produkt Der Weltraum – unendliche Weiten. Als Gene Roddenberry die Abenteuer von Captain Kirk und der Crew des Raumschiffs Enterprise erfand, glaubte man, dass Reisen ins All bald an der Tagesordnung stehen würden. Doch weiter als bis zum Mond ist bisher noch kein Mensch vorgedrungen, und Reisen zu fremden Planeten bleiben bis auf Weiteres Zukunftsmusik und dem Filmbusiness in Hollywood vorbehalten. Aber auch die Modeindustrie bedient sich immer wieder des Space-Themas. So präsentieren sich einige Keypieces der aktuellen HW-Kollektion von Louis Vuitton, darunter die Trendtasche Speedy, aber auch Sneakermodelle aus metallisch glänzendem Kalbsleder, in einem betont futuristischen Look.

Die Marke Seine Lehr- sowie ersten 17 Berufsjahre verbrachte Louis Vuitton bei einem Pariser Koffer- und Reisegepäckhersteller. 1854 eröffnete er sein eigenes Geschäft und machte sich mit hochwertigem und strapazierfähigem Gepäck bei der reiselustigen Highsociety rasch international einen Namen. 1893 übernahm Louis' Sohn George das Unternehmen und entwarf zum Schutz vor lästigen Nachahmern das bekannte LV-Signet mit den stilisierten Blüten. Das Unternehmen blieb bis zum Börsegang 1984 in Familienbesitz, übernahm den Champagnerhersteller Veuve Clicquot, das Parfümhaus Givenchy sowie Anteile an der Kosmetikfirma Guerlain. Ein Jahr später erfolgte die Fusion mit Moët Hennessy zur LVMH-Gruppe, die heute 70 verschiedene Unternehmen umfasst.

Fazit Beam me up, Scotty!

Das Produkt Einfachen weißen Turnschuhen kann man natürlich im DIY-Verfahren mit Farbe und Pinsel oder Nadel und Faden einen einzigartigen Look verpassen. Wer allerdings kein Interesse oder Talent zum Handarbeiten hat oder grundsätzlich lieber der Kreativität von Profidesignern vertraut, für den gibt es in der aktuellen Portofino-Kollektion eine Reihe von fertigen Luxus-Alternativen. Bunte Graffiti-Schriftzüge, auffällige Motivpatches, glänzende Schmuckelemente und Nieten, Kunstperlen, Kristalle und Stickereien machen die Unisexmodelle aus feinem Nappaleder zu echten Statement-Pieces. Ausgefallen ist auch, dass die Designs von linkem und rechtem Schuh unterschiedlich sind. Daneben hat die italienische Nobelmarke noch viele andere Sneaker im Programm, etwa solche aus allover bedrucktem Leder oder Canvas, aus feinem Samt oder ganz schlicht unifarben.

Die Marke 1982 machten sich Domenico Dolce und Stefano Gabbana mit einer Design-Beratungsfirma selbstständig, 1985 gründeten sie ihr Modelabel und stellten bei der Mailänder Modewoche ihre erste Damenkollektion vor. 1990 folgte die erste Herrenkollektion, die im folgenden Jahr mit dem „Woolmark Award“ ausgezeichnet wurde. In den folgenden Jahren wurde das Sortiment laufend erweitert und umfasst mittlerweile auch Unterwäsche & Bademode, Kindermode, Taschen, Lederwaren, Schuhe, Accessoires, Schmuck und Uhren. Kosmetik und Parfüm sowie Brillen werden in Lizenz von Shiseido bzw. Luxottica produziert.

Fazit Kunterbuntes Statement.

Das Produkt Der typische Hermès-Stil ist zwar betont klassisch und von zeitloser Eleganz, aber gelegentlich zeigt sich die französische Luxusmarke auch von einer sehr modischen Seite, wie etwa das Sneakermodell Player beweist. Sein Körper besteht aus geschmeidigem, dehnbarem Hightech-Textil, darüber legt sich ein Überschuh aus feinem Kalbsleder. Die dicke Gummisohle mit Schaumstoffeinsatz ist farbig abgestimmt und mit einem dezenten weißen Streifen vom Schuh abgesetzt, wodurch der sportliche Look unterstrichen wird.

Die Marke 1837 eröffnete der aus Krefeld stammende Thierry Hermès in Paris eine Sattlerei. Anfangs fertigte er Pferdegeschirre und Zaumzeuge, ab 1867 auch Sättel. Sein Sohn Charles-Émile, der den Betrieb 1878 übernahm, erweiterte die Produktpalette um hochpreisige Koffer und Ledertaschen, und in der Folge kamen weitere Sparten dazu, so z.B. Damenhandtaschen (1920), Seidentücher (1937), Parfüms (1951), Schuhe (1972), Prêt-à-porter (1976) und Uhren (1978). Daneben sind heute auch Schmuck, Schreibgeräte, Möbel- und Home-Accessoires, Heimtextilien, Porzellan und Geschirr im Sortiment. Hermès verfügt über mehr als 50 Produktionsstandorte, die meisten davon in Frankreich, sowie über 307 Monobrand-Stores. Uhren, Parfüms und Porzellan werden darüber hinaus auch über den gehobenen Fachhandel verkauft. Seit 1993 notiert das Unternehmen an der Pariser Börse, die Aktienmehrheit ist allerdings im Besitz der Familien-Holding H51.

Fazit Casual Luxury.

Das Produkt Sportiv, casual und trotzdem elegant, so könnte man die neue Damenkollektion des deutschen Nobellabels charakterisieren. Sie verbindet die traditionelle Bogner-Heritage aus der funktionellen Wintersportmode mit aktuellen Fashionrends wie Material- und Mustermix, Metallic-Look oder dekorativen Stickereien. Diese Stilelemente finden sich auch bei den Schuhen. So glänzt das Sneakermodell Saas Fee – benannt nach dem noblen Schweizer Wintersportort – mit Metallic-Leder in Kombination mit beschichtetem Canvas im angesagten Camouflage-Muster und einer dezenten Pelzverbrämung.

Die Marke 1932 vom deutschen Wintersportler Willy Bogner senior als Importgeschäft für Ski, Zubehör und Strickwaren aus Norwegen in München gegründet, produzierte das Unternehmen ab 1937 unter der kreativen Leitung von Willys Ehefrau Maria auch eigene Kollektionen. Die bei einer Modeschau 1948 erstmals vorgestellte Keilhose aus Stretchmaterial war eine modische Revolution und sorgte für den internationalen Durchbruch. In der Folge expandiert das Unternehmen, das ab 1977 von Willy jun. geleitet wird; das Produktprogramm wird erweitert. Heute umfasst das Sortiment die vier Linien Bogner Woman, Bogner Man, Bogner Sport und Bogner Fire + Ice – jeweils mit Bekleidung, Accessoires, Schuhen und Taschen – sowie, über Lizenzen, Brillen und Parfüm. Der Vertrieb erfolgt über knapp 80 Monobrand-Boutiquen, 100 Shop-in-Shops, 12 Outlets sowie rund 1.400 Boutiquen und Kaufhäuser.

Fazit Sportive Eleganz.

Das Produkt Nostalgie mit zeitgenössischen Touch ist das Motto der aktuellen Lederkollektion der deutschen Nobelmarke, für die Creative Director Christian Alexander Beck klassische Formen mit neuen Techniken oder Materialien kombiniert hat. So sieht man dem Sneaker-Modell Max 4C seine Abstammung vom klassischem Turnschuh deutlich an. Den edlen Touch erhält er durch feines Leder, und für modischen Chic sorgt der Farbmix von Schwarz, Cognac, Braun und Moosgrün, ergänzt durch einen Canvas-Einsatz im Logo-Design. Das markentypische „A“ in Hufeisenform, das alle Aigner-Produkte tragen, sitzt dezent (lautes Labeling hat man nicht nötig) auf der Lasche.

Die Marke Nach dem Zweiten Weltkrieg begann der ungarische Modedesigner Etienne Aigner in Paris mit der Herstellung hochwertiger Ledertaschen und Gürtel, 1950 übersiedelte er nach New York und gründete das nach ihm benannte Unternehmen. 1965 vergab er die weltweite Lizenz (außer Nordamerika) an den Münchner Unternehmer Heiner Rankl. Seither operieren das deutsche und das amerikanische Unternehmen (das verschiedene Besitzer hatte) voneinander getrennt und mit unterschiedlicher Ausrichtung. Während die Etienne Aigner Inc. günstige Massenware „Made in China“ bietet, hält die deutsche Schwester weiterhin das hohe Qualitätslevel – nicht nur bei den Taschen, sondern auch in allen anderen Segmenten, die im Laufe der Zeit dazugekommen sind, wie z.B. Schuhe, Brillen oder Parfüm.

Fazit Edles Unterstatement.