

SHORT

Dufte Neuheit von Chanel



Die neue Parfümcreation trägt den Namen der Chanel-Gründerin.

Paris. Die letzten Parfümneheiten von Chanel – No 5 Eau Première und No 5 l'Eau – waren Variationen des legendären Dufts No 5. Mit Gabrielle hat die französische Luxusmarke jetzt eine komplett neue Kreation gelauncht – die erste seit 2002.

Die Herznote aus Ylang Ylang, Yasmin, Tuberose und Orangenblüte hat Hausparfümeur Oliver Polge mit Sandelholz, Moschus und fruchtigen Akzenten von Mandarinen, schwarzer Johannisbeere und Grapefruit versetzt und damit einen sehr femininen und komplexen Duft erschaffen.

Regenmantel goes Couture



Erhältlich sind die Luxusregenmäntel im Onlineshop ab 550 Euro.

Stockholm. Regenmäntel sind praktisch, aber selten chic oder gar luxuriös. Ausnahme: die Modelle der schwedischen Marke Stutterheim und hier ganz besonders jene aus der Pre Fall-Kollektion, die in Zusammenarbeit mit dem italienischen Modehaus Marni entstanden sind.

Basis der fashionablen Regenbekleidung in Colorblock-Optik ist der klassische Cocoon Hoodey Coat aus beschichteter Baumwolle. (red)

Wenn Parfüms auf Reisen gehen



In den Travel-Cases sind die Parfüms unterwegs sicher aufgehoben.

Paris. Für die im Vorjahr gelaunchte Les Parfum-Reihe hat Louis Vuitton jetzt auch die passenden Travel Cases im Programm.

Die Kollektion aus feinem Naturleder umfasst maßgeschneiderte Behälter für die 100 ml- und 200 ml-Flakons sowie den 7,5 ml-Taschenflakon und einen Koffer mit Platz für drei Parfüms. (red)



Bei den Formen setzt Petra Radenkovic, Inhaberin und Designerin des Accessoire-Labels Elfenklang, auf zeitlose Klassiker. Bei den Farben treibt sie es gern bunt.

Feine Farbenpracht

Von grauen Paragrafen hat die Anwältin Petra Radenkovic auf bunte Lederaccessoires umgesattelt.

BRITTA BIRON

Salzburg. Eine kreative Ader hatte Petra Radenkovic schon als Kind, ebenso wie ein Faible für die Farbe Rosa. Während ihrer Zeit als Scheidungsanwältin in München – Jus statt Modeschule war der Wunsch der Eltern – konnte sie aber beide Leidenschaften nicht ausleben. Seit ihrer beruflichen Neuorientierung mit dem Accessoires-Label Elfenklang aber umso mehr.

„Schon als Anwältin war ich immer auf der Suche nach originellen und zugleich zeitlosen Timern, die Farbe in den Alltag bringen – vergessens. Also habe ich mir einen nach meinen Vorstellungen selbst gemacht. Das hat meine Leiden-

schaft für schöne Alltagsdinge aus Leder geweckt“, erzählt die Designerin. „Dass ich mit dieser Entscheidung richtig lag, sagt mir mein Herz jeden Tag, denn ich liebe, was ich heute tue“, erzählt sie. Und Fans feiner Lederwaren lieben ihre Produkte, wie die steigende Nachfrage, die innerhalb von drei Jahren drei Übersiedlungen in jeweils größere Objekte bis hin zu dem weitläufigen Atelier in Salzburg, in dem Elfenklang jetzt residiert, notwendig machte.

Viele Varianten

In Salzburg entsteht allerdings nur ein kleiner Teil des mittlerweile umfangreichen Sortiments, des-

sen Schwerpunkt auf farbenfrohen Geldbörsen und Terminplanern liegt.

„Schwarz, Braun und Dunkelblau überlasse ich gern anderen. Aber Pastelltöne oder Bonbonfarben kamen in dieser Produktgruppe immer zu kurz“, so die Designerin.

Nicht nur die breite Farbpalette macht ihre Produkte so besonders, sondern auch die erstklassige Verarbeitung. Edles Leder wird sowohl für die Außenhülle als auch das aufwendige Innenleben mit vielen Fächern verwendet – und zwar in bis zu fünf verschiedenen, aufeinander abgestimmten Farbnuancen.

Nachdem im Vorjahr die eigenen Kapazitäten nicht mehr ausreichten,

musste ausgelagert werden. Dass die Wahl dabei auf Italien fiel, lag nahe: „Ich liebe Italien, spreche die Sprache, schätze die lange Tradition der Lederwarenfertigung und bin, wenn es sein muss, rasch vor Ort.“ Eine Manufaktur zu finden, die ihren hohen Qualitätsansprüchen genüge, war allerdings nicht leicht: „Einige Firmen haben uns abgewiesen, als sie die vielen Farbenvarianten sahen, und auch unser jetziger Produzent hat zu Beginn etwas geschluckt, aber mittlerweile hat er sich in meine Designs eingearbeitet.“

Erhältlich sind die bunten Geldbörsen, Terminplaner, Bowlingbags und Schlüsselanhänger über den eigenen Webshop.



Für Handschuhe und Portemonnaies hat Hermès zwei neue Manufakturen eröffnet.

Hermès Zwei neue Fertigungsstätten für Lederwaren

Mehr Kapazitäten

Paris. Nach dem Rekordumsatz von 5,2 Mrd. € (+7,4%) im Vorjahr stehen bei der Nobelmarke Hermès die Zeichen auch weiterhin auf Wachstum. Im ersten Halbjahr 2017 wurde weltweit Luxusware im Wert von 2,71 Mrd. € verkauft, das entspricht einem Plus von gut 10%.

Rund die Hälfte des Geschäfts entfällt auf Lederwaren. Neben den Taschen, allen voran die Modelle Birkin, Kelly, Constance, Halzan und Lindy, stehen bei den Luxus-

shopperrn vor allem die vergleichsweise erschwinglichen Kleinlederwaren hoch im Kurs.

Handschuhe & Portemonnaies

Um in diesem Segment die weltweit wachsende Nachfrage befriedigen zu können, wurden im Sommer in Saint-Julien im Département Haute-Vienne sowie in Val-de-Reuil in der Normandie zwei Produktionsstätten in Betrieb genommen. (red)

Gucci Die italienische Luxusmarke steigt jetzt auch ins Interiorgeschäft ein und launcht die erste Home-Collection

Bunte Fauna und Flora für die Wohnung

Mailand. Dass Gucci derzeit zu den gefragtsten Luxusmarken zählt (siehe dazu Ranking auf Seite 3), liegt vor allem an Kreativdirektor Alessandro Michele. Allerdings reicht es ihm nicht, seine wachsende Fangemeinde einzukleiden. Wer will, kann künftig auch in Gucci wohnen.

Möbel, Textilien & Duft

Auch in der ersten Home Collection, die kürzlich gelauncht wurde, hat Michele beliebte Gucci-Motive wie Blumenranken, Schlangen, Katzen, Bienen, Schmetterlinge und Tiger in den Mittelpunkt gestellt. Das Sortiment umfasst stoffbe-



Die Sesselbezüge und Pölster tragen die aus der Mode bekannten Muster.

spannte Paravents, bunte Sessel und Pölster, zierliche Beistelltische, Tapeten und Dekoartikel wie Schalen und Teller.

Analog zur Fashion wird auch die Gucci Décor-Kollektion mit einer eigenen Duftlinie ergänzt. Die vier Raumdufte gibt es sowohl als Räucherstäbchen als auch in Form von Kerzen; die Halterungen dafür entstanden in Zusammenarbeit mit dem italienischen Porzellanhersteller Richard Ginori.

Präsentiert werden die Einrichtungsgegenstände in den Boutiquen nicht in einer gesonderten Abteilung, sondern locker verteilt zwischen Kleidung, Schuhen, Taschen und Accessoires. (red)