

**GUCCI
PRADA
CHANEL
BURBERRY**

Fashiontrends der
erfolgreichsten
Modemarken

+Fashion Week

London, Paris, Mailand und New York

+ New Faces

Nachwuchstalente
der Modellszene

FIV
*fashion
interview*

CM
MODELS
MANAGEMENT

NEW NEW NEW

Nadia Neumann
Niklas & Fabrice Fuhrmann

Fashion Week

Die erfolgreichsten Modenschauen



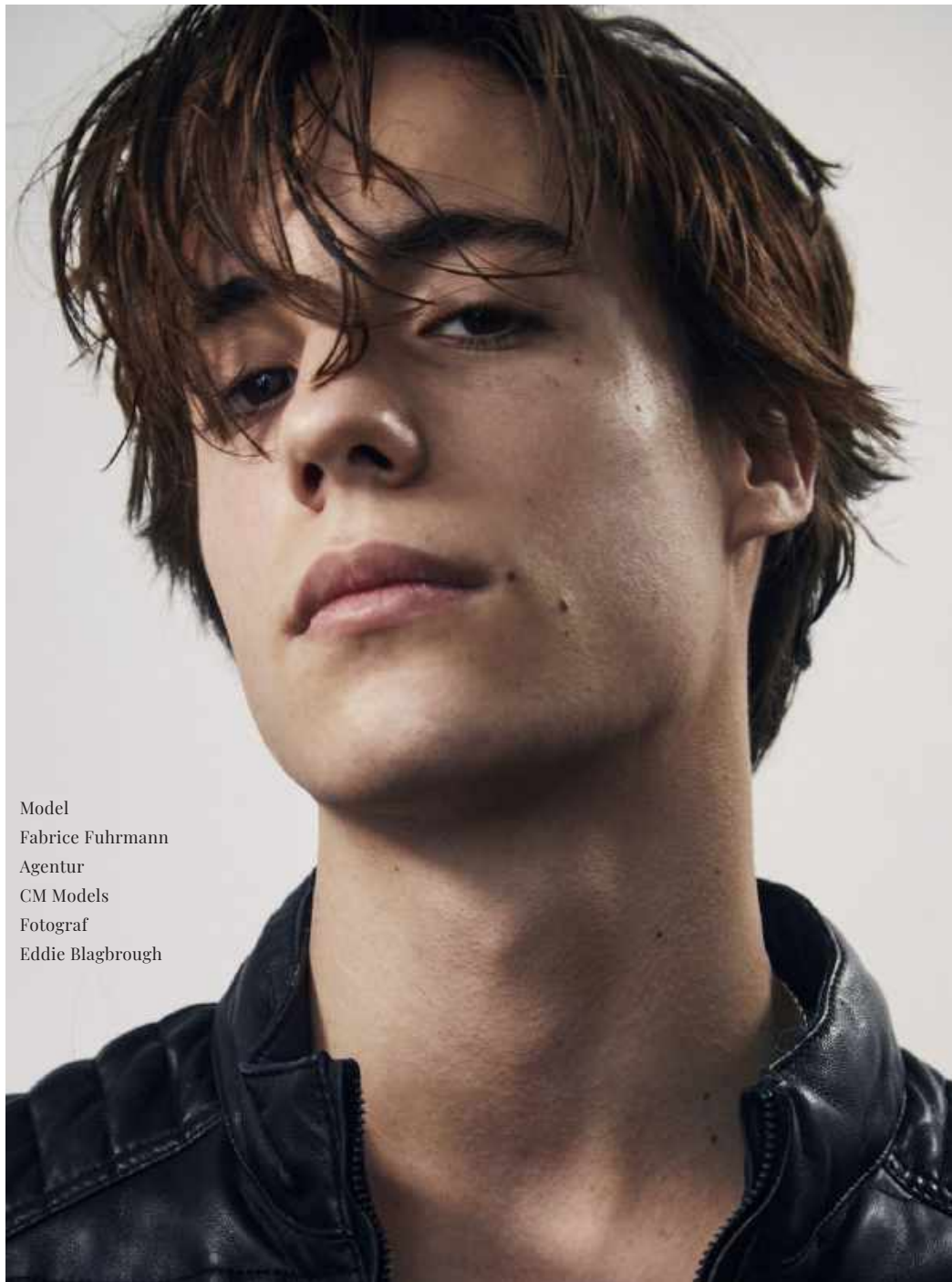
01

GERMANY - UNITED STATES - UNITED KINGDOM - FRANCE - ITALY - JAPAN

FIV

Fashion Interview

- | | |
|--|---|
| <p>4 London - Fashion Week
Unkonventionelles Mode
geprägt von Individualität und
Provokation</p> <p>8 Burberry - Trenchcoat
Karomuster und cremefarbene
Trenchcoats gehören zum Mar-
kenzeichen der Luxus Brand und
das seit 150 Jahren</p> <p>12 Céline: Lässige Pariser Mode
Alltagskleidung so designt, dass
sie an Raffinesse und Hochwer-
tigkeit gewinnt.</p> <p>14 Paris - Fashion Week
Epizentrum der Mode. Nur die
Besten Marken, wie Chanel,
Versace und Lois Vuitton sind zu
sehen.</p> <p>18 Chanel
Marke feiert internationale Er-
folge durch den zeitlosen Stil von
Modeschöpfer Karl Lagerfeld</p> <p>24 Chloé
Feminine, romantische Mode für
moderne Fraue</p> <p>28 New Faces
Was ist ein New Face?</p> | <p>36 Dior
Die französische Luxusmarke
begeistert vor allem durch ihre
Designs und interessante Ge-
schichte</p> <p>42 Faces
People Agenturen</p> <p>44 Fendi
Kombinationen aus klassischer
Eleganz und modernem Chic mit
einem Touch Extravaganz.</p> <p>48 Mailand - Fashion Week
Einer der International wich-
tigsten und bedeutungsvollsten
Modenschauen</p> <p>52 Prada
Zum großen Erfolg mit der Bad-
taste Kollektion aus den 90er
Jahren</p> <p>60 Gucci
Luxuskonzern mit tiefgründiger
und interessanter Familienge-
schichte</p> <p>64 New York - Fashion Week
Einer der wichtigsten und meist-
beachteten Veranstaltungen des
Jahres</p> |
|--|---|



Model
Fabrice Fuhrmann
Agentur
CM Models
Fotograf
Eddie Blagbrough

CM New Face

Fabrice Fuhrmann

LONDON

FASHION WEEK



LONDON

FASHION WEEK

Die Mode-Wochen in London finden jedes Jahr im Februar und im September im traditionellen und zentralen Somerset House statt. Die Modeschauen sind ein Highlight für die Londoner Gesellschaft. Gesponsert wird die Fashion Week London von Mercedes Benz und von der bekannten Friseur-Kette Tony und Guy. Während der Fashion Week in London werden hippe und exklusive Mode-Kollektionen für Damen und Herren präsentiert. Über 150 Designer geben ihren Mode-Kollektionen eine Bühne. Die Männer kommen in London nicht zu kurz: Während der „London Collections Men“ Veranstaltung wird die neue Herren-Mode präsentiert. Im Anschluss an die Londoner Mode-Wochen findet das sogenannte „Fashion Weekend“ statt, das im Gegensatz zu der Fashion-Week, öffentlich zugänglich ist und vorwiegend den Einzelhändlern dient.

Fashion Week

Das riesen Event erstreckt sich über mehrere Tage und ist von Stars, Designern, Influencern und Modeln gefüllt. Hier gibt es Fashion ohne Ende. Unter Anderem von Designern wie Burberry, Céline oder Emilia Wickstead. Bei der London Fashion Week sieht man auch unkonventionelle Mode. Die Szene ist geprägt von Individualität und Provokation – experimentelle Mode wird zelebriert.

London 2021

2021 werden in London die Kollektionen der aktuellen Herren- und Damenmode nicht voneinander getrennt, sondern sogar zusammen auf einem Laufsteg präsentiert. Zumindest die eigentlich für Januar geplante Men's Fashion Week wurde mit der im Februar stattfindenden Womenswear Fashion Week zusammengelegt. Viele Designer und Modeliebhaber finden das gut, Andere jedoch kritisieren den Zusammenschluss der Kollektionen.



Frühjahr/Sommer Fashion Week

Frühjahr/Sommer Mode - London ist ein Synonym für Jugend, Farbe, Lebendigkeit und Innovation in der Modewelt, und diese Energie hält auch inmitten einer Abriegelung an. Die London Fashion Week ist wieder zurück. Auch wenn einige Designer außerhalb des Zeitplans präsentieren oder ihre Herren- und Damenmodenschauen zusammenlegen, bleibt die Stimmung dieselbe: tolle Mode.

Highlights in London

Kreative Shows und nachhaltige Designs - Es ist gut zu sehen, dass Nachhaltigkeit alltäglich geworden ist und viele Marken die traditionellen „Jahreszeiten“ aufgegeben haben. Einige Designer haben ihre Frühjahrskollektionen um Herrenmode erweitert, und auch geschlechterübergreifende Designs sind ein wachsender Trend. Hier sind acht Laufsteg- und Präsentations-Highlights einer reduzierten, entspannteren Modewoche.

Herbst/Winter Fashion Week

Burberry, Celine, Emilia Wickstead: ob in der Regent Street oder auf den Straßen Sohos, die Menschen in London laufen in Klamotten von großen Designern. Auf der London Fashion Week ist es nicht anders. Das riesen Event erstreckt sich über mehrere Tage und ist von Stars, Designern, Influencern und Modeln gefüllt. Hier gibt es Fashion ohne Ende. Doch nicht dieses Jahr, denn aufgrund der anhaltenden Corona Pandemie muss die London Fashion Week einen etwas anderen Weg einschlagen.

Die digitale London Fashion Week wurde offiziell mit dem Performance-Stück „We Applaud Here“ von kreativ Dichter und Aktivist Kai-Isaiah Jamal eröffnet. Er ist Dichter, Performer, Model und Trans-Visibility-Aktivist für spoken Word und nutzt hauptsächlich Instagram als Plattform.



BURBERRY

TRENCHCOAT & TASCHEN

Neben Stella Mc Cartney und Alexander McQueen zählt die britische Modemarke Burberry, an der man wohl schwer vorbeikommt, zu den beliebtesten und bekanntesten Mode Labels aus England. Ob Mode-Fan oder auch nicht, seit über 150 Jahren gibt es die Marke schon und etabliert ist sie alle Mal. Ob Schal oder Mantel, die Klassiker der britischen Marke sind sehr beliebt und das sowohl bei Frauen als auch bei Männern. Eine lange Geschichte prägt das Unternehmen und umso mehr Erfolge konnte Burberry in den vergangenen Jahren erzielen. Auch ihr Engagement für Nachwuchskünstler lässt sich sehen, denn mit der Burberry Foundation, die es seit dem Jahr 2008 gibt, werden Schulen und andere kreative Vereine gefördert.

Entstehung des Labels

Als das Modeunternehmen im Jahr 1856 gegründet wurde, schuf der Designer Thomas Burberry ausschließlich Mäntel und Outdoor Kleidung für Männer. Thomas war ein sogenannter Gentlemen's Outfitter, der seinen ersten Laden in London in England eröffnete. Das erste Geschäft öffnete er im Jahr 1891 und hat die Modeindustrie seither stark beeinflusst. Ob historische Filmstars, wie Audrey Hepburn im herausragenden Film ‚Breakfast at Tiffany's‘ oder auch heute von Prominenten wie Kim Kardashian West und Victoria Beckham.



Markenzeichen „Karomuster“

Ob das bekannte Karomuster oder der cremefarbene Trenchcoat, das Unternehmen Burberry hat sich über die letzten 150 Jahre viele Wiedererkennungsmerkmale aufgebaut. Das Mode Label hat es geschafft, sich über mehrere Generationen und Wechsel von Designern, an die Spitze zu kämpfen.

Mit dem Ziel die Menschen vor dem Britischen Wetter zu retten, schuf Thomas Burberry mit gerade mal 21 Jahren das Label Burberry und eröffnete sein erstes Geschäft. Durch seine revolutionäre Idee ein regenfesten, aber atmungsaktiven Stoff zu verwenden, konnte er Wetterfeste Kleidung, die nicht nur stylisch, sondern auch nützlich ist für jeden zugänglich herstellen. Er war einer der ersten Modeschöpfer, die den Stoff Gabardine für seine Jacken und Mäntel nutzte. Der Stoff war bis dahin noch sehr ungemütlich und schwer zu tragen. Das erste Patent wurde im Jahr 1888 auf Gabardine angemeldet, was gerade mal 3 Jahre vor der Gründung des Geschäfts war. Im Jahr 1912 war es dann soweit und Thomas Burberry patentierte den Tielocken-Coat, welcher als Vorgänger des berühmten Trenchcoats gilt und mit einem einfachen Schnürgürtel geschlossen werden kann.

Burberry fördert junge Talente

Seit dem Jahr 2008 fördert Burberry aktiv junge Talente und das mit Erfolg. Ob Sänger, Schauspieler oder Maler Burberry legt Wert auf die Kreativität der Menschen. Im zentralen Mittelpunkt steht eigentlich alles was mit Tanz, Film, Theater und Kunst zu tun hat. Das Motto des Unternehmens ist ganz klar: Kreativität sollte gefördert werden und zwar so gut wie möglich. Auch mit ausgewählten Schulen in England kooperiert die Stiftung, um die akademische und persönliche Entwicklung der Schüler zu fördern und ihnen einen guten Start im eigenen Leben und der späteren Berufswahl zu gewährleisten. Bereits über 2.8 Millionen britische Pfund hat die Organisation gespendet und es ist noch lange kein Ende in Sicht.

Unterstützung LGBTQ-Gemeinde

Auch die Unterstützung von Randgruppen wird gefördert, auf der kreativsten Art und Weise. Mit einer atemberaubenden Kollektion, die ausschließlich aus Regenbogenfarben versehenen Kleidungsstücken besteht. Gewidmet für alle Schwulen, Lesben, Bisexuellen, Transgender und allen Anderen die Teil der LGBTQ+ Gemeinde sind. Die Regenbogen-Kollektion wurde auf einer gigantischen Modenschau in einem Meer aus Farbe präsentiert und wird wohl noch lange in Erinnerung bleiben.





Modische Highlights

Wer an Burberry denkt, hat wohl das Bild von einer kultivierten Frau auf den Straßen Londons, im Trenchcoat vor sich. Oder doch eine schicke, ältere Dame, die mit ihrem Hund ein Café besucht und einen Schal mit dem berühmten beige-schwarz-rot-weiß Karomuster trägt. Jeder kann sich etwas unter der Brand vorstellen und das dank der Statement-Kleidungsstücke, die sich über die Jahre etabliert haben.

Zeitloser Trenchcoat

Obwohl der beige farbende Mantel zunächst nur einen praktischen und weniger einen modischen Aspekt brachte, etablierte er sich schnell als echtes Fashion Statement. Nach dem Krieg fanden Männer, aber auch Frauen großen Gefallen an den wasserfesten Mänteln und begannen ihn als Fashion-Statement zu tragen. Berühmte Schauspieler trugen ihn gerne an Film Sets um zwischen Szenen und Drehs, um warm und trocken zu bleiben. Heute wird der Mantel von den angesagtesten Models, Modebloggern und Kritikern geliebt und geehrt. Eine Kampagne mit Kate Moss und Cara Delevingne ließen auch den letzten merken, wie viel Stil das tragen eines Trenchcoats mit sich bringt.



CÉLINE

GESCHICHTE, HAUTE COUTURE UND TASCHEN

Céline ist eine französische Luxusmarke, die 1945 gegründet wurde. Die Gründerin Céline Vipiana designte zunächst Kinderschuhe, bis sie in den 1960 Jahren die ersten Ledertaschen und Accessoires herstellte und sich mit deren hochwertigen Designs an die internationale Spitze stellte. Einige Jahre später erweitert das Label sein Repertoire und kreiert sportliche Kollektionen im Pariser Chic. Diesen Modestil bleibt Céline bis heute treu - mittlerweile unter der kreativen Leitung des französischen Designers Hedi Slimane. Seine Haute Couture Designs vereint er mit Céline's klassischen und sorgfältig hergestellten Lederwaren.



Geschichte

Das Pariser Modeunternehmen Céline wurde 1945 gegründet und ist weltweit für ihre Herren- und Damenbekleidung im Haute-Couture Stil bekannt. Ursprünglich designte das Label exklusive Kinderschuhe, doch sie führten im Jahre 1959 Damenschuhe und sieben Jahre später die heute bekannten ikonischen Lederwaren ein. In den 1970er Jahren, in denen die klassische Frau, Kleider und Blusen mit Röcken trug, setzte sich Céline revolutionär mit der Kollektion „Couture Sportswear“ für die stilistische Emanzipation der Frau ein. In den darauffolgenden Jahren etabliert sich die lässig-elegante Mode auf der ganzen Welt. Mittlerweile steht die Marke Céline unter der Direktion des französischen Designers Hedi Slimane, der exklusive Haute-Couture Designs mit den ikonischen Lederwaren vereint.

Triomphe Tasche

Die Triomphe-Tasche ist ein zeitloser Begleiter mit Geschichte. Der Name „Triomphe“ steht in Verbindung mit dem „L'Arc de Triumph“ in Paris, denn dort ließ sich die Gründerin Céline Vipiana von dem Parisers Denkmal inspirieren. Die geradlinige Schultertasche wird aus Kalbsleder hergestellt und verfügt über ein hochwertiges Lammleder-Innenfutter. Der ikonische Triomphe-Metallverschluss ist charakteristisch für das Mode-Label Céline. Doch die Tasche entwickelt sich ebenso weiter, wie die die Luxusmarke und wird durch die verkürzten Schulterriemen und neuen Farben zur zeitlosen Trendtasche. Außerdem gibt es die Tasche mittlerweile in verschiedenen Farben und Mustern, sodass sie je nach Look und Saison trotz ihrer langjährigen Existenz ganz modern ist.

Belt Tasche

Die Gürteltasche wurde von der ehemaligen Designerin Phoebe Philo in den 2000er Jahren designt und ist seitdem ein fester Bestandteil in Céline's Repertoire geworden. Die Handtasche besteht aus genarbten Kalbsleder, hat abnehmbare, verstellbare Lederriemen und ist in mehreren Farben erhältlich. Momentan überwiegen sanfte Pastell-Töne, die die Leichtigkeit des Sommers widerspiegeln. Alternativ gibt es Modelle, deren Kalbsleder eine Krokodil-Prägung hat und dadurch noch feiner wirken. Die Belt-Tasche ist in vier Größen erhältlich: Pico, Nano, Micro und Mini. Das Modell ist modern und klassisch zugleich - sie kann somit täglich zu den verschiedensten Anlässen getragen werden. Nicht nur aufgrund ihres zeitlosen Designs, sondern auch wegen ihrer hochwertigen Qualität ist der Belt Bag ein Modell, dass jahrelang getragen werden kann.

Tambour Tasche

Creative Director Hedi Slimane designte für die Herbst/Winter-Kollektion 2020 eine neue, revolutionäre Tasche: Die Tambour-Tasche. Wie alle Céline-Taschen besteht die Tasche aus glatten Kalbsleder und ist mit dem ikonischen Triomphe-Metallverschluss abgerundet. Die zylindrische Form ist futuristisch und ein tolles Highlight für jedes Outfit. Die Tasche ist in zwei Größen und zwei Farben erhältlich.

Zeitloser Klassiker -Tournon Jacke

Die „Tournon-Jacke“ ist eine Jacke, die zu jedem Anlass passt! Egal ob zum Business-Meeting oder Spaziergang im Park,. Trägerinnen glänzen stilvoll in der Kult-Jacke. Das Modell ist durch die gepolsterten Schulter und die gerade Form sehr maskulin geschnitten und stellt somit einen tollen Kontrast zu femininen Looks dar. Die Jacke gibt es mittlerweile in unterschiedlichen Ausführungen, wie zum Beispiel aus hochwertigen Lammleder, Prince de Galles-Karomuster oder in einem maskulinen, karierten Tweed.



PARIS

FASHION WEEK



PARIS

FASHION WEEK

Mode, Lifestyle und Haute Couture! Die Pariser Fashion Week ist wieder da und bietet vom 1.-10. März High Fashion ohne Ende. Designer und Modehäuser wie Chloé, Vivienne Westwood, Givenchy, Louis Vuitton und mehr präsentieren ihre neuen Kollektionen auf der digitalen Modewoche. Im Angesicht der Pandemie werden die Modelabels immer kreativer mit ihren Runway und Video Präsentationen, was sich auch auf dieser Fashion Week zeigt. Von dystopischen Szenarien bis Laufstegen auf Flugzeugen, es ist alles dabei.

Fashion Week

Die Paris Fashion Week im März ist der krönende Abschluss der vier großen Modewochen in New York, London, Mailand und letztlich Paris. In Vier aufeinander folgenden Wochen haben Designer und Künstler ihre Kollektionen für die Womenswear Saison Herbst/Winter 2021/2022 vorgestellt - unter dem Schatten der Corona Pandemie. Doch das lies die Modebranche keinesfalls zurückschrecken, auf der virtuellen Fashion Week in Paris haben die besten Designer ihre Kreationen vorgestellt: Der Fokus liegt ganz auf der Mode.

Paris Herbst/Winter

Von Ende Februar bis Anfang März präsentierten auf den Pariser Laufstegen die erfolgreichsten und bekanntesten Designer, wie Burberry, Dior, Louis Vuitton und Co. ihre neue Herbst- und Winterkollektion. Die Pariser Fashion Week gibt es schon seit 1973 und gehört somit zu dem Event der Modewelt. Zweimal im Jahr verwandelt sich die Stadt der Liebe in die Stadt der Mode und zieht alle Modeliebhaber eine Woche lang in ihren Bann und sorgt für modische Faszination.

Paris Frühjahr/Sommer

Von Ende Februar bis Anfang März präsentierten auf den Pariser Laufstegen die erfolgreichsten und bekanntesten Designer, wie Burberry, Dior, Louis Vuitton und Co. ihre neue Herbst- und Winterkollektion. Die Pariser Fashion Week gibt es schon seit vielen Jahren und gehört somit zu dem Event des Jahres. Zweimal im Jahr verwandelt sich die Stadt der Liebe in die Stadt der Mode und zieht alle Modeliebhaber eine Woche lang in ihren Bann und sorgt für modische Faszination. Ein Event, dass man als Modeliebhaber auf keinen Fall verpassen sollte.

Balenciaga x Simpsons

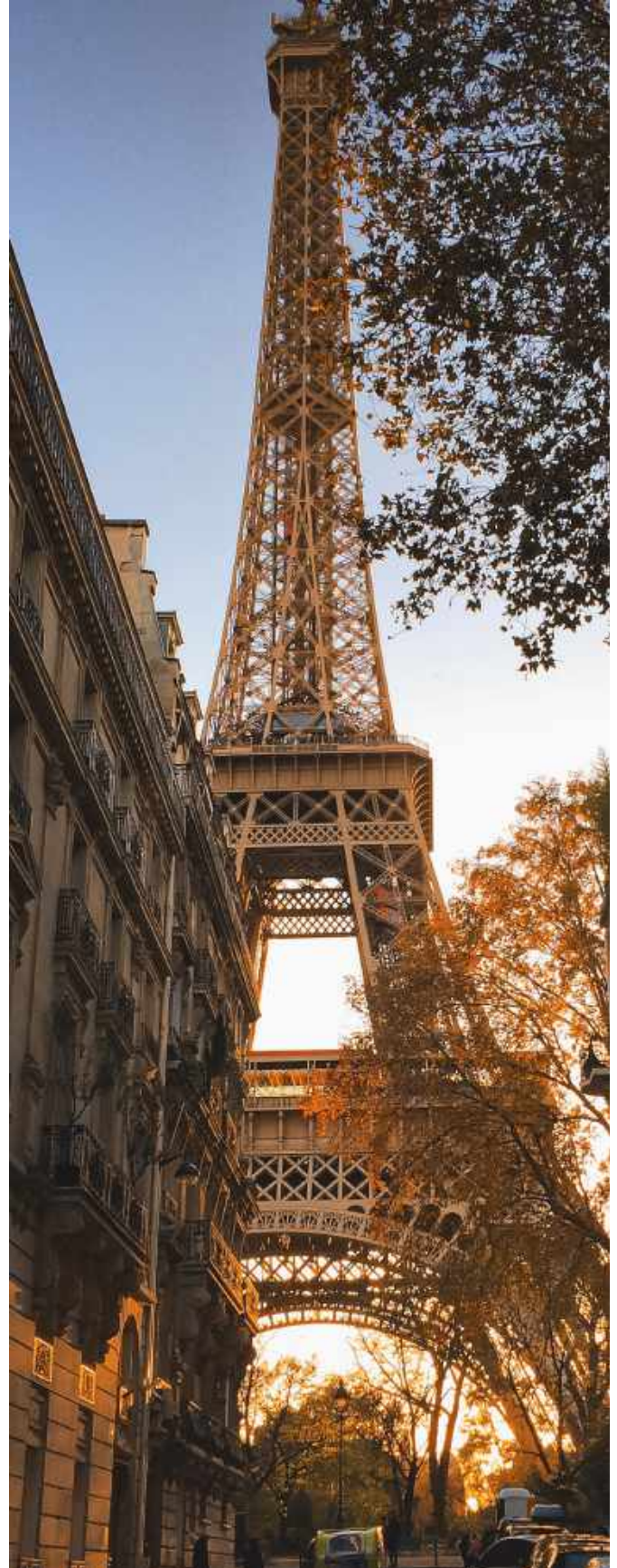
Unglaubliche Zusammenarbeit! Die internationale Haute Couture Luxusmarke aus Paris, Balenciaga hat in einer Kooperation mit der mehrfach ausgezeichneten und seit Jahren erfolgreichen Zeichentrickserie „Die Simpsons“ eine Folge raus gebracht. Die beliebten Comicfiguren: Homer, Marge, Bart, Lisa und viele Weitere, modeln in exklusiven Kleidungsstücken für die weltweit bekannte Brand auf der Pariser Fashion Week.

Die berühmte und begehrte Luxusmodemarke Balenciaga ist bekannt für Haute Couture, Ballon-Jacken, Taschen, Düfte und natürlich Sneaker. Der Designer Cristóbal Balenciaga entwarf bereits in den 20er Jahren extravagante und wunderschöne Ballkleider, wie das was Marge in dem Clip trägt. Seit der Gründung des Labels versorgt Balenciaga die Modewelt mit glamourösen Stücken und Trends.

10 Minuten Simpsons Special

Die beliebten Charaktere von „Die Simpsons“ laufen für den berühmten Designer, Cristóbal Balenciaga auf der Pariser Fashion Week. Homer liebt seine rote Jacke von Balenciaga und fühlt sich selbst mit seiner Halbglatze super stylisch und wunderschön. Und auch Marge verzaubert alle Gäste der Runway Show, und das in einem atemberaubenden goldenen Kleid mit einer Schleife am Rücken. Damit bekommt sie sogar Standing Ovation und Applaus von Vogues Chefredakteurin Anna Wintour persönlich. Auch der Designer Cristóbal Balenciaga und prominente Fans wie Kim Kardashian und mehr fehlen natürlich nicht in dem 10 minütigen Film der sich um Balenciaga dreht.

Vor wenigen Tagen hat das französische Label den Kurzfilm im Théâtre du Châtelet gezeigt. Die Story der Episode: Homer möchte Marge etwas von Balenciaga schenken. Was genau, ist ihm relativ egal. Ein Schal, ein Kleid, Hauptsache, es ist erkennbar von dem Luxuslabel und er macht seiner Frau eine Freude. Dieser Wunsch wird im Balenciaga-Head-Quarter erfüllt und man schickt ein Kleid nach Springfield zusammen mit der Rechnung.



CHANEL

GESCHICHTE, HAUTE COUTURE UND TASCHEN

Coco Chanel schrieb Modegeschichte! Weite Röcke, Hosen und große Taschen für Frauen waren 1915, als Chanel ihr erste Modehaus in Biarritz gründete, nur in der Männermode zu finden. Doch Gabrielle Chanel, so lautet ihr vollständiger Name, führt die Modewelt in eine neue Ära. Das Parfum No.5 wird zur Legende und ist auch noch 100 Jahre später das meistverkaufte Parfum der Welt. Die verschlungen „CC“ als Logo der Marke prägen Ohrringe oder die zeitlosen Chanel-Taschen. Aus anfänglicher Skepsis wurde schnell tobender Beifall und bedingungslose Begeisterung.

Geschichte der Luxusmarke

Chanel wurde von der Modedesignerin und Unternehmerin Gabrielle Chanel, auch genannt „Coco“ ins Leben gerufen. Die aus ärmlichen Verhältnissen stammende Französin gilt noch heute als „herausragende Persönlichkeit der Modegeschichte“. Sie kam am 19. August 1883 in Saumur, Pays de la Loire, als zweite uneheliche Tochter zur Welt.

1913 eröffnete sie die erste Chanel-Boutique in Deauville, Frankreich. Zunächst waren alle skeptisch gegenüber der fließenden und weiten Damenmode, die sie produzierte. Die Gesellschaft fand jedoch nach und nach immer mehr Gefallen an ihren Kreationen. Hauptsächlich kreierte sie Haute Couture und Prêt-à-porter, ließ sich jedoch von allem und jedem zu ihren Werken inspirieren. Ab den 1910er Jahren war Chanel Wegbereiter einer für die damalige Zeit untypisch funktionell-lässigen Stils an Damenmode des oberen Preissegments und kleidete moderne, stilvolle Frauen ein.

Damals gehörten weite Blusen, luftige Oberteile, wadenlange Röcke und weit geschnittene Hosen zu ihrem Sor-

timent und verhalf den Frauen weg von luftraubenden und engen Korsetts, Miederkleidern und steifen Röcken. Besonders wichtig war ihr jedoch, dass sich ihre Mode für den Alltag als praktisch erwies und die Bewegungsfreiheit nicht einschränkte. Ebenso großen Wert legte sich auf das schlichte und elegante Design, dass angenehm zu tragen war.



Das kleine Schwarze

Stilikonen des französischen Labels sind das „kleine Schwarze“, wattierte Lederhandtaschen mit Steppnähten und Metallgliederketten, Chanel Kostüme mit bordiertem, kragenlosem Tweed-Jäckchen und ausgestellttem Rock. Gekonnt kombiniert wirken alle Teile super edel und verleihen jedem Look einen Hauch Frankreich. Viele Teile ziert das Firmenlogo, die zwei ineinander verschlungenen „CCs“. Ebenso prägnant sind die klassischen Kombinationen aus Schwarz und Weiß, für die das Unternehmen bekannt ist. Gerade ausgefallene Muster, oder Karo-Variationen stehen stark für Chanel.

Chanel x Karl Lagerfeld

1982 übernahm Karl Lagerfeld die Damenkollektion des Luxuslabels. Ihm wird bis heute nachgesagt, dass er derjenige war, der das Unternehmen zu einem internationalen Milliarden-Konzern verwandelt hat. Ein Jahr später, am 5. Februar 1983 fand dann auf der Pariser Fashion Week die erste Modenschau unter seiner Leitung statt.

Im gleichen Jahr kürte der deutsche Designer Inès de la Fressange zu seiner Muse, seitdem arbeitete die schöne Französin auch als Model für Chanel. Sie wurde allerdings 1990, von dem aus Deutschland stammende Model, Claudia Schiffer ersetzt. Ab den 2000er Jahren wurden immer mehr prominente Gesichter in der Werbung, für das Label eingesetzt. So modelten internationale Schönheiten, wie Blake Lively, Keira Knightley, Nicole Kidman Co. und es wurde immer mehr zum Privileg für das Luxusunternehmen tätig zu sein.

Die heutigen Topmodels Cara Delevingne und Kendall Jenner spielten ebenfalls eine große Rolle in der Inspiration des Designers und besonders Cara inspirierte ihn sehr. 2012 wurde sie von Chanel zum „Gesicht des Jahres“ gekürt. Seitdem modelt sie für zahlreiche große Firmen, wie Victoria's Secret, Balmain, Dior, etc. und war sogar als Schauspielerin tätig und spielte beispielsweise im Film „Margos Spuren“ eine der Hauptrollen. Alles in allem war die Arbeit bei Chanel für sie ein Meilenstein und öffnete ihr viele Türen.



Parfum und Kosmetik

Gerade in den letzten Jahren entwickelte sich die Kosmetiklinie des Labels, mit ihren qualitativ hochwertigen Schminke- und Pflegeprodukten zum absoluten Highlight in der Branche. Neben Klassikern, wie den „Chanel Rouge Coco Lippenstiften“ in intensiven Farben dürfen natürlich auch die zahlreichen Düfte nicht fehlen, die das Label über die Jahre auf den Markt gebracht hat. Aus einer großen Bandbreite an Produkten, ist für jeden etwas dabei!

Natürlich produziert Chanel auch Pflegeprodukte und Düfte für den Herrn und legt auch hier großen Wert auf Qualität und klassisches Design. Seit 1955 werden Herren Parfums hergestellt, das erste hieß „Chanel pour Monsieur“.

1922 erschien der Parfumklassiker „Chanel No.5“, der mittlerweile als der meist verkaufte Duft der Welt gilt. Im Jahre 1955 wagte sich das Unternehmen dann erstmals an einen Herren Duft heran und nannte ihn „Chanel pour Monsieur“. 1955 folgte dann der nächste Erfolg und der Handtaschen Klassiker „Chanel 2.55“ wurde präsentiert. Die Handtasche ist aus dem Kleiderschrank einer stilischen Frau von heute, nicht mehr wegzudenken.

CHANEL

CHANEL

CHANEL

Aufregender Werbspot

Das Porträt einer Frau mit einem einzigartigen und unbeschwerten Stil. Der neue Film COCO MADEMOISELLE enthüllt Keira Knightley, voller Rätsel und Faszination. Mit der Farbgestaltung bei der Kulisse in unbunten Farben, wird der Fokus sofort auf die Personen gelenkt. Mit aufregenden Kamerafahrten wird das Werbevideo noch spannender und individueller. Als kontrastreicher Filmcut wird im zweiten Teil das gleiche noch einmal an einer anderen Location gedreht. Mit dem Unterschied, das hier auf emotionale starke Farben gelegt wird, und das die Kamerafahrten in Zeitlupen und sehr detailliert sind.

Klassisch feminine Fashion

Die Marke Chanel ist vor allem durch die immer wieder neu inszenierten Meisterwerke bekannt. Viele alte traditionelle Schnitte werden mit neuen modernen Farben und Materialien, wie beispielsweise die weltbekannte Chanel Jacke kombiniert. Doch auch von Beginn an, designte Coco Chanel funkelnde Schmuckstücke und zierte so die Finger, die Handgelenke und die Hälse der gehobenen Pariser Damen von früher. Bei ihren Entwürfen achtete sie auf das Spiel mit Licht, sodass die Stücke aus jedem Winkel anders erscheinen und ein aufregendes Licht- und Schattenspiel kreierten.

Gürtel und Schuhe

Auch Gürtel und Schuhe finden sich im Sortiment des Luxuslabels wieder! Die auffälligen Schnallen machen sich sowohl auf Hüft-, als auch auf Taillenhöhe getragen super gut und pepen jedes Outfit auf. Auch super süß sind Modelle mit Perlen und kleinen Steinen, die dem ganzen noch einen feminineren Touch verleihen, den noch klassisch und stilvoll bleiben!

Ebenso ist es auch bei den Schuhmodellen! Die absoluten Lieblinge jedoch sind und bleiben die Espadrilles von Chanel. Der leichte Sommerschuh sieht super lässig aus und verleiht jedem Outfit einen gewissen Touch. Aber auch die Sandalenmodelle zaubern einen wunderschönen, schmalen Fuß.

Zitate von Coco Chanel

„Ich mache keine Mode. Ich bin die Mode.“ – Eines der berühmtesten Zitate von Coco Chanel. Ihre Geschichte ist die klassische, amerikanische Geschichte: Das Träumen vom Erfolg, vom Tellerwäscher zum Millionär – Coco hat es geschafft! Von Lumpen bis zum Designer-Tweed. Ihr Leben ist ein echtes Drama.

„Mode verschwindet, nur Stil bleibt erhalten.“

„Ein Mann kann anziehen, was er will – er bleibt doch nur ein Accessoire der Frau.“

„Das Schönste im Leben ist kostenlos. Das zweitschönste ist ziemlich teuer“

„Die aller mutigste Handlung ist immer noch, selbst zu denken. Laut.“

„Weil Geld etwas Sündiges ist, muss es verschleudert werden.“

Model
Fabrice Fuhrmann
Agentur
CM Models
Fotograf
Eddie Blagbrough



CHLOÉ

GESCHICHTE, SIGNATUR-DUFT UND DREW BAG

Chloé - Feminine, romantische Mode für moderne Frauen - diese Vision stand vor über fünfzig Jahren hinter der Gründung des Labels. Noch heute begeistert das französische Unternehmen neben anderen großen Marken, die Modewelt mit seinen exklusiven Kreationen. Doch wenn der Name Chloé fällt, denkt man natürlich auch direkt an die sehr erfolgreiche Parfumkannektion der Modemarke, die für edle und zeitlose Damenparfüms steht. In diesem Artikel erfährst du alles über die Geschichte und Designer der Marke und das in Kürze. Außerdem: Das sind die beliebtesten Parfüms der Marke, die bekanntesten Taschen und Schuhe.



Geschichte

Chloé wurde 1952 von der Schneiderin Gaby Aghion (1921 – 2014) und dem Unternehmer Jaques Lenoir gegründet. Aghion wollte mit ihrer Mode gegen die teils »steifen« Haute Couture Schnitte gehen und entschied sich für weiche, feminine Schnitte und hochwertige Stoffe. Das Label benannte sie nach einer Freundin, die das Bild der »Chloé-Frau« perfekt verkörperte. Bis zur ersten Modenschau 1958 heuerte sie zusammen mit Lenoir mehrere Jungdesigner an, darunter den aufstrebenden Karl Lagerfeld.

1963 wurde er offiziell zum Chefdesigner ernannt und blieb bis 1983. In den 70er Jahren konnte das Unternehmen die erste Boutique Eröffnung und einige prominente Kunden (z.B.: Jackie Kennedy, Grace Kelly und Brigitte Bardot) verzeichnen. Im April 1975 kommt das erste Chloé Parfum auf den Markt.

1983 verlässt Lagerfeld Chloé im Streit und tritt Coco Chaneis Nachfolge an. Daraufhin gehen erstmals die Umsätze des Modehauses zurück und 1985 verkaufen Aghion und Lenoir ihre Firma an das britische Luxuswa-

renunternehmen Alfred Dunhill. 1992 ruft Dunhill Lagerfeld zurück ins Unternehmen, um der Marke neuen Aufschwung zu verschaffen. Leider ohne Erfolg. 1998 wurde Dunhill von dem Schweizer Unternehmen Richemont aufgekauft; wozu Chloé bis heute gehört.

Was zeichnet Chloé aus?

Romantisch-feminine Schnitte treffen auf elegante Prints und Stoffe. Das Chloé Sortiment besticht durch zeitlose Designs mit raffinierten Details in subtilen Nuancen von warmen Pastelltönen. Ganz im Kontrast zur steifen formalen Mode der 50er Jahre, kreierte Gaby Aghion weiche, körperbetonte Kleider aus feinen Stoffen und nannte sie Luxus Prêt-à-Porter. Einzigartige für die damalige Zeit. Jung und modern im Design, aber trotzdem mutig in der Idee. Chloés wunderbare Fähigkeit einerseits am Puls der Zeit, aber gleichermaßen zeitlos zu sein wurde von Design-Generation zu Design-Generation weitergeführt. Mehr als 50 Jahre nachdem Gaby Aghion diesen Gedanken entwickelte, lebt die Vision der femininen romantischen Mode, umgesetzt in traumhaften Stoffen und Drucken, weiter. Das ist der Stil der Marke.

Signatur-Duft

Der Signatur-Duft von Chloé spiegelt die kreative, individuelle und selbstbewusste Persönlichkeit der Chloé-Frau wider. Frisch und feminin, passt er zu ihrer unabhängigen Art und ihrem natürlichen, angeborenen Sinn für Eleganz. Ähnlich wie in der Mode, spielt Chloé auch im Duftbereich mit den unterschiedlichen Aspekten der Weiblichkeit. Da wird die klassische Rose auf geniale Weise in einem Duft modern interpretiert, der sowohl leicht als auch warm, elegant und dabei sehr verführerisch ist.

Drew Bag

Im Rahmen der Herbstkollektion 2014 präsentiert Chloé die Drew. Sie verkörpert den Glamour des erfolgreichen Jahrzehnts der siebziger Jahre und wird 2015 zur meist getragenen Tasche des Jahres gekürt. Sie zählt nach wie vor zu den begehrtesten Taschen der Welt: Die „Drew Bag“ von Chloé.



Leger trifft Vintage

1997 wird die fünfundzwanzigjährige Stella McCartney, nach ihrem Abschluss am Londoner Central Saint Martins College, die jüngste Chefdesignerin des Hauses Chloé. Nach den romantischen Designs ihrer Vorgänger setzte McCartney bei ihren Kollektionen eher auf eine feminine aber rockige Attitude. Sie ließ die typische Chloé-Romantik mit den legeren Looks der Straße verschmelzen. Heraus kam eine einzigartige Mischung aus Vintage-Lingerie, formaler Maßschneiderei und lässigen Street-Styles. Neben McCartneys exklusiven Kollektionen, brachte dem Pariser Modehaus auch die Gründung der Zweitlinie „See by Chloé“ einen jugendlichen und unbekümmerten Flair zurück.

Trend Sneaker „Lauren“

Der Trend Sneaker mit der roten Sohle! Der kokette und verspielte Low-Top-Sneaker „Lauren“ ist mit Patches verziert, die von den essenziellen Pins, des französischen Hauses inspiriert sind. Mit einer farbenfrohen Sohle und den geschwungenen Linien hat Chloé den fröhlichsten Sneaker der Saison entworfen.

Italienische Sommerschuhe „Woody“

Der Sommerschuh den fast jeder Social Media Star trägt! Ein Must Have Schuh für den unvergessenen Sommer. Die „Woody“ Pantoletten von Chloé sehen zu einem Strandkleid ebenso schick aus wie zu einer Jeans in der Stadt. Sie werden in Italien angefertigt und verfügen über Riemen aus strapazierfähigem Canvas, die mit dem Labellogo bedruckt sind. Die Sohle zeigt sich mit einer karreeförmigen Zehenpartie und einem flachen Absatz.

Sneaker mit Spitze

Der Sneaker aus feinsten Spitze. Chloé hat einen Beigen Sneaker aus halptransparenten Mesh Material gefertigt, der durch rosafarbene Spitze besticht. Die runde Zehenkappe und die typische Wellenkante verleihen dem Design pure Eleganz. Dieser Sneaker ist ein absoluter Traumschuh und vor allen eins: Einzigartig!



NEW FACES

MARKETING & WERBUNG

Topmodels und "Never seen before": Models sind für Werbung ein tragendes Element. Emotionen, Gefühle, Lifestyle. Egal ob „alter Hase“ oder Newcomer, Neue Produkte und Ideen müssen zu jeder Jahreszeit promoted und verkauft werden. Trends ändern sich jeden Tag und neue Moden erobern die Welt dank Snapchat und Instagram. Damit Werbung funktioniert und nicht langweilig wird, muss sie sich immer wieder neu erfinden. Deshalb werden täglich auf dem gesamten Globus neue Werbefilme produziert für Autos, Mode, Versicherungen und Supermärkte. Werbung muss sich deshalb immer wieder neu erfinden, um bei der Menge an Informationen noch "wichtig" zu sein.

Teure Namen oder „Never seen before“?

So wie Werbung im großen, läuft es auch im kleinen ab. Zum Beispiel wenn sich viele Werbe- und Medienleute auf den Fashion Weeks weltweit treffen. Wer ist „In“? Wer ist neu? In der Mode- und Werbebranche sind auch neue Gesichter begehrt: "Never seen before". New Faces ("neue Models") bringen dabei zwei entscheidende Aspekte mit sich, für Firmen, Designer, Werbe- und PR-Agenturen: Wenn sie geschickt gewählt sind stechen sie aus der Masse heraus. Sie ziehen auf Modeschauen alle Blicke auf sich. Wenn man selbst als Teil der Modewelt, die Fashion Weeks in den Metropolen besucht, fallen einem nach der zweiten, dritten Saison schnell bekannte und neue Gesichter unter den Models auf. Nach den Shows trifft man sich in der Lounge oder auf den Aftershows und bespricht die Shows vom Tag. Dabei geht es immer um: Entertainment, Kollektion und die Modelauswahl aus Designers.

New Faces – Neue Models in den ersten Monaten

Als "New Face" hat man den ein oder anderen Vorteil bei Model Buchungen: Der Name lenkt nicht von der Mode oder vom Produkte ab! Obwohl New Faces die Blicke auf sich ziehen, lenken sie nicht durch den eigenen Namen, vom eigentlichen Produkt oder der neuen Modelinie ab. Und darum geht es ja bei der Präsentation. Buchen Designer Topmodels, dann aus einem ganz anderen Grund: Der Name sorgt für PR, gleichzeitig stellt er die eigentliche Kollektion oder Präsentation in den Hintergrund. Viele Medien werden nur noch über das "Topmodel" berichten.

Der positive Aspekt für New Faces ist, dass man sowohl in jungen Jahren als auch später noch Erfolg haben kann. New Faces sind begehrt weil sie mit etwas Glück das Potenzial haben, dass alle Augen auf sie gerichtet sind. "Topmodels" sind begehrt weil sie allein mit ihrem Namen alle Blicke auf das Event, die Präsentation oder den buchenden Designer richten.

Unique! Die Bekanntheit kommt von ganz allein

Als Model und Mensch zeichnen dich oft kleine "Macken" aus. Was uns Menschen besonders macht ist das einzigartige, der Wiedererkennungswert. Manche haben für sich eine herausstechende Persönlichkeit und andere Models haben das Besondere, schon immer an oder in sich, durch ihren Look. Werbung braucht Models für den Erfolg. Schönheit, Eleganz, Lifestyle – dieses Gefühl verkaufst du als Model. Um deinen Weg zu finden, solltest du dich, deine Fähigkeiten und Möglichkeiten gut selbst einschätzen können und dir die jeweils passende Modelagentur in Hamburg, München oder Berlin suchen.

Model
 Niklas Fuhrmann
 Agentur
 CM Models
 Fotograf
 Eddie Blagbrough





Model
Nadia Neumann
Agentur
CM Models
Fotograf
Oliver Rudolph

Model
Nadia Neumann
Agentur
CM Models
Fotograf
Oliver Rudolph

FIV
for fashion
FOUNDATION



Model
Nadia Neumann
Agentur
CM Models
Fotograf
Drix Lim

Model
Nadia Neumann
Agentur
CM Models
Fotograf
Drix Lim

FIV
forbidden
imagination



Model
Nadia Neumann
Agentur
CM Models
Fotograf
Drix Lim

Model
Nadia Neumann
Agentur
CM Models
Fotograf
Drix Lim

DIOR

DESIGNER, MODENSCHAU UND TASCHEN

Das Luxusunternehmen deckt alles ab was das Modeherz begehrt! Ob Kosmetik, Accessoires, Pflegeprodukte oder Kleidung. Die französische Marke zählt neben Prada, Chanel und Hermes zu einer der Bekanntesten Modemarken der Welt und ist bei Stilikonen, wie Marilyn Monroe zu finden. Von Haute Couture für Damen-, Herren- sowie Kinderkollektionen, bis hin zu Kosmetik und Accessoires - das Luxuslabel ist auf dem heutigen Markt nicht mehr wegzudenken und vertritt eine Vielzahl an Produkten.

Christian Dior

Christian Dior ist ein international bekannter Modeschöpfer, der am 16. Dezember 1946 das gleichnamige Unternehmen gründet. Mitte des 20. Jahrhunderts präsentierte Dior seine erste Kollektion, wo erstmals bekannt Modezeitschriften wie die „Harper's Bazaar“ auf ihn aufmerksam wurden. Noch im selben Jahr brachte er das Parfüm Miss Dior auf den Markt. Mit seiner innovativen und kreativen Mode begeisterte er Stil-Ikonen wie Jackie Kennedy oder Marlene Dietrich.

Dior zeichnet sich bei seinen Kollektionen durch Eleganz, Klasse und feminine Entwürfe aus. Ab da an ging es bergauf mit dem Designer: Modenschauen, eine Vielzahl an neuen Produkten und eine rasante Verbreitung seines Namens. Durch seine Kollektionen wurde Paris das Zentrum der revolutionären Modewelt und er wurde weltweit als einer der bekanntesten und wichtigsten Modeschöpfer anerkannt. Später übernahmen bekannte Designer wie Raf Simons oder John Galliano die Position als Kreativdirektor. Heutzutage ist der Name Christian Dior in der Modewelt nicht mehr wegzudenken und ist für uns der Inbegriff von luxuriösen Produkten, Accessoires und Stil. Der legendäre Designer wäre im Januar 2020 115 Jahre

Kylie Jenner wears Dior

Mit der großen Auswahl an Bekleidung von Dior hat die Modemarke eine große Anzahl an Fans, Dazu zählt ebenfalls die Unternehmerin und Gründerin eines Beauty Imperiums. Kylie Jenner, die zusammen mit ihrer Familie, durch die Teilnahme an einer Reality TV Serie teilnahmen, erhielten so ihre große Bekanntheit. Der Reality TV Star ist bekannt dafür Outfits von Dior zu tragen.





Dior Modenschau: Zeitlose Designs

Dior präsentiert jedes Jahr Modenschauen für geladene Gäste und überzeugt mit extravaganten Outfits, einmaligen Locations und unvergesslichem Ambiente. Die neusten Trends der kommenden Modesaison werden vorgestellt und ausgewählte Models repräsentieren die neusten Kollektionen der Luxusmarke. Dazu zählen unter anderem Kendall Jenner und Bella Hadid.

Prêt-à-porter: elegante Mode

Die Pret-a-Porter Kollektionen der Designer werden während zwei Mode-Saisons auf dem Runway präsentiert, einmal im Frühjahr/ Sommer und einmal im Herbst/ Winter – die klassischen Hauptsaisons für Mode. Die Präsentationen der Pret-a-Porter Mode finden auf den Fashion Weeks in den Mode-Metropolen New York, Mailand, London und Paris statt. Aber auch in den heranwachsenden Mode-Städten Berlin, Madrid, Amsterdam und noch weiteren Städten finden die Kollektions-Präsentationen der Designer, als auch gefeierte New Comer statt. Bei der Fashionshow im Frühjahr präsentierte die Designerin Maria Grazia Chiuri ihre Prêt-à-porter Damenkollektionen und

repräsentierte Dior auf moderne und elegante Weise. Die Location war ganz speziell im ländlichen Stil gewählt und mit dekorativen Bäumen und Blumen geschmückt. Die Show vermittelt die Botschaft, dass Jeder die Natur mitgestalten und schützen kann.

Haute Couture - Feminismus

Ganz im Sinne der Frage „What if Women Ruled the World?“ wurde die Haute Couture Modenschau im Frühjahr ausgerichtet. Das Ziel, die Komplexität der Beziehung zwischen Feminismus und Weiblichkeit aufzuzeigen. Die gezeigte Kollektion glänzte im Stil von zeitloser Modernität, wobei sich die Designerin bei der Umsetzung ihrer Outfits an der klassischen und majestätischen Darstellung von Göttinnen orientierte. Die Motive dieser Kollektion waren unter anderem vergoldete Weizenähren, die wiederum an die unveränderliche Schöpferkraft der Frauen erinnern sollten. Die Looks, die ebenfalls von Maria Grazia Chiuri kreiert wurden, spiegeln die Identität des Modeunternehmens wider und sind gleichzeitig eine Hommage an den verstorbenen Modeschöpfer Christian Dior.

Dior Air Jordan 1 High

Neben Kleidung und Accessoires verkauft das französische Modehaus ebenfalls Schuhe. Stiefel und Stiefeletten, Sneaker, Pumps, Pantoletten, Espadrilles, Ballerinas, flache Schuhe, Sandalen, Loafer, Sandalen und Slipper sind in dem Sortiment des Luxuslabels vertreten. Besonders beliebt ist der limitierte Sneaker in Kollaboration mit Nike. Die Kreation der limitierten Air Jordan 1 High OG Dior Sneakers ist das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen Dior, Kim Jones und Jordan Brand. Der Air Jordan mit Diors Savoir-faire, Codes wie dem Dior Grey- und Dior Oblique-Motiv und obsessiver Liebe zum Detail, ist in eine neue Ikone übersetzt wurden, zusammen mit einer Kapsel von Ready-to -Kleidung und Accessoires, fotografiert mit Rapper Travis Scott.

Schmuckvielfalt

Ebenso wichtig beim Outfit ist der Schmuck. Jedes Basic-Outfit kriegt durch Schmuck ein Upgrade. Die Kreationen des vielschichtigen Modeunternehmens sind modern, elegant und kühn und sollen den Couture Stil repräsentieren. Auch hier sagt Dior, Schmuck sei ein unverzichtbares Highlight, welches charmant hervorsteht und an keiner Frau fehlen darf. Dior hat eine große Auswahl an Schmuckstücken in seinem Sortiment. Zu dem Schmuck, welches Dior in seinem Sortiment vertreibt zählen: Ohringe, Halsketten, Armbänder, Ringe, Broschen und Haar Accessoires, wie Haarspangen. Mit dem Schmuck von Dior lässt sich jedes Outfit aufwerten und eleganter aussehen.

Danseuse Étoile Choker

Eine Kette die aus vielen Schmucksammlungen nicht mehr wegdenkbar ist. Der Choker präsentiert sich als elegante und zeitlose Metallkette in Goldfarbe mit den Initialen „CD“. Eine Abkürzung für Christian Dior. Das emblematische Designs passt sich perfekt der gesamten Schmuckkollektion von Dior an und sorgt für einen vollendeten Look.

Saddle Bag

Dior ist ein beliebter Hersteller für Taschen, da diese laut Dior genauso zum Look dazugehören, wie Kleidung. Dior Taschen gibt es in vielen verschiedenen Farben und Variationen, geben dem Outfit den besonderen letzten Schliff und spiegeln die Eleganz des Trägers wieder. Das Französische Modelabel hat Taschen für jeden Anlass auf Lager. Handtaschen, Shopper, Mikro Taschen, Mini-Taschen & Gürteltaschen, Messenger Bags & Rucksäcke, Reisetaschen und sogar Trageriemen und weitere Accessoires wie Anhänger.

Wiedergeburt einer 00er-Ikone: Dior Saddlebag. Sie zählt definitiv zu den Bestseller Taschen von Dior. 2000 erschien die Dior Saddle Bag unter dem Designer „John Galliano“ erstmalig auf dem Markt - ein Produkt das nur eine Ikone in der Modewelt werden konnte. Eine Tasche die genau dem Zeitgeist und dem Geschmack der Frauen entsprach. Mit dem späteren Weggang von John Galliano und der Abkehr von Strass und Juicy Couture, verschwand auch die gehypte Saddle Bag Tasche aus dem Sortiment der Reichen. Doch Dior hat den 19.Juli.2018 zum internationalen Tag der „Saddle Bag“ ausgerufen. Kreativdirektorin Grazia Chiuri verhilft der Kult-Tasche zum großen Comeback, indem sie zwei Neuinterpretationen des Modells über den Runway der Herbst/Winter-Show 2018/19 schickte. Diese Kollektion stand ganz unter dem Motto zeitlose Schönheit, weshalb die Designerin, die Tasche ihren Comeback feiern ließ. Das perfekte Accessoire, um mit dem Kampf des täglichen Lebens fertigzuwerden. Eine überaus praktische Tasche, die es der Frau ermöglicht, alles mitzunehmen, was sie benötigt. Zudem gibt es die Tasche in vielen verschiedenen Variationen, schlicht und neutral, aber ebenso farbenfroh bestickt oder mit Perlenfransen. Eine Tasche, die sich an alle Situationen anpasst.







FACES

EINZIGARTIGE MODELS FÜR MODE UND WERBUNG

Eine gute Modelagentur für Faces ist gerade für Nachwuchsmodels sehr viel wert. Denn im Management geht es immer darum, dass man sich professionell um den Aufbau kümmert. Parallel aber auch immer daran denkt, die ersten Kunden und Jobs für das Model zu gewinnen. Deshalb ist es nicht nur für High Fashion Models wichtig, eine gute Modelagentur zu haben, sondern besonders auch für Faces. Doch wo genau liegen die Unterschiede zwischen einer Modelagentur für Faces und einer Fashion Modelagentur?

Faces! So wird Werbung etwas Besonders

Der Unterschied zwischen einer Modelagentur für Faces und einer Fashion Modelagentur liegt darin, dass sich die Fashion Modelagentur insbesondere auf Models mit bestimmten Proportionen und Körpergrößen festlegt. Diese Proportionen und Körpergrößen passen perfekt zu einer bestimmten Zielgruppe. Diese richtet sich bei Modelagenturen in der Regel nach Mode Kunden aus. Diese verlangen bestimmte Konfektionsgrößen, da die Musterstücke oft auf eine Einheitsgröße zugeschnitten werden. Außerdem braucht man für Modenschauen Models mit einer einheitlichen Größe, damit die Besucher ihren Fokus voll und ganz auf die neue Modekollektion legen können.

Während sich Besucher auf einer Modenschau also auf die Kleidungsstücke konzentrieren können, oder vom Onlineshop genau auf die neuen Stücke der Trend Saison, ist es wichtig, dass High Fashion Models stets gleiche Proportionen haben und einen ähnlichen Look. Ganz anders ist es bei Face Models. Sie leben davon, dass sie einen ganz besonderen Look haben, z.B. durch eine Zahnlucke, sehr lockiges Haar oder auch durch Sommersprossen in ihrem Gesicht. All das macht sie besonders, insbesondere für Fotomotive, aber auch für Werbekampagnen zu einem begehrten Motiv.



Werbung im TV

Jede Woche gibt es neue Werbespots, die z.B. im Fernsehen ausgestrahlt werden, auf großen Leinwänden in der Innenstadt oder auch bei Streaming Portalen wie Netflix erscheinen. Ob es um das neue Müsli geht, ein gemütliches Sofa von einem der führenden Möbelhersteller, oder neue Kleidung, z.B. mit People Models, die gemeinsam in einer Gruppe durch die Innenstadt ziehen und Spaß haben! Diese speziellen Agenturen nennt man People Agenturen. Modelagenturen vertreten in der Regel einen Großteil der Kunden. People Agenturen sind eher spezialisiert auf einem bestimmten Kundenkreis.

Faces für Beauty Aufnahmen

Besonders in der Beautybranche braucht man Gesichter, die einen besonders hohen Wiedererkennungswert haben. Egal ob es deine individuelle Zahnlücke ist, oder die Sommersprossen, die einen so einzigartig machen. Für Beauty Aufnahmen und insbesondere natürlich für Nahaufnahmen, im Fachjargon auch die Closeup Szene genannt, braucht es eben diese Gesichter mit Wiedererkennungswert.

Stell dir einen Werbespot vor. Deine Freundin ruft dich an und ihr seid auf dem Weg zum Shoppen. Du springst noch schnell ins Bad und die Kamera ist hinter dem Spiegel. Du lächelst in den Spiegel, trägst ein Stück der Creme auf und fühlt sich sofort wohl und total fit für den Tag! Genau das ist dein Job! Lächeln, Emotionen zeigen und dabei noch den Wiedererkennungswert steigern, den nur ein Face Model besitzt.

Faces für Schmuck

Nicht nur im Bereich Beauty, Schönheit und Wellness braucht es Models. Ebenso für Schmuck werden sehr oft Nahaufnahmen von Gesichtern gemacht. Es werden Halsketten, Armbänder oder Ringe in Nahaufnahmen präsentiert, um dem Kunden Details zu zeigen. Es gibt so viele verschiedene Aufnahmen in denen man Nahaufnahmen von Gesichtern braucht. Natürlich auch für Werbespots.



FENDI

GESCHICHTE, SIGNATUR-DUFT UND DREW BAG

Eine Kombination aus klassischer Eleganz und modernem Chic mit einem Touch Extravaganz. Fendi steht wie Prada und Gucci für exklusive Luxusmode. Hierfür verarbeitet Fendi bevorzugt Pelz und Leder in seinen Kreationen. Besonders Fendi-Handtaschen - das Markenzeichen des Labels - verleihen jedem edlen Look ein luxuriöses Finish. Und spätestens seit Hollywoods Stilikone Sara Jessica Parker in ihrer Rolle als Carry Bradshaw in Sex and the City eine Lobeshymne auf die legendäre Baguette-Bag sang und der Modeschöpfer Karl Lagerfeld Chefdesigner wurde, ist Fendi aus dem Mode-Olymp nicht mehr wegzudenken. Fendi gehört in die Kleiderschränke jeder modernen Frau und das auffällige „Pequin-Muster“ bietet einen echten Hingucker.



Geschichte

Seit 1918 besteht das italienische Luxuslabel, das im gleichen Jahr auch sein erstes Ladengeschäft für Pelze und Lederwaren in Rom eröffnete. Gegründet wurde es von der Italienerin Adele Casagrande und Eduardo Fendi. 1925 wurde der Name des Unternehmens in „Fendi“ umgeändert und besteht seit dem, weshalb dieses Jahr auch letztendlich als Gründungsjahr angegeben wird. Erst sieben Jahre später, 1932 wurde erst ein zweites Ladengeschäft eröffnet und Fendi wurde als Marke immer beliebter und gerade für seine hochwertigen Pelze und Lederwaren bekannter.

Die erste Lederwaren-Modenschau fand 1955 statt. Das von Gründerin Adele Casagrande und ihrem Ehemann, dem Italiener Edoardo Fendi bis dato geleitete Familienunternehmen wurde im Jahre 1964 auf die fünf Töchter Paola, Anna, Franca, Carla und Alda aufgeteilt. Jede von ihnen erhielt 20% und eine unterschiedliche Position innerhalb des Unternehmens. Somit ergänzten sich die Schwestern ideal und schufen ein international bekanntes und sehr beliebtes Luxuslabel.

Fendi x Karl Lagerfeld

1965 stellten sie den deutschen Designer Karl Lagerfeld ein, der dort bis zu seinem Tod, 2019 tätig war. Er war derjenige, der das bekannte Logo, mit den zwei FF kreierte, welches letztendlich zum internationalen Status-Symbol des Unternehmens wurde.

Er stellte 1969 erstmals eine Pelz-Präsentation in Florenz auf die Beine, die den Namen „Haute Fourrure“ trug. Diese war jedoch super teuer in der Produktion und somit auch für den Kunden, sodass die Fendi-Schwestern entschieden noch im gleichen Jahr eine Ready-to-wear-Kollektion ins Leben zu rufen, um die Preise ein wenig zu drosseln und die Mode erschwinglicher zu machen, jedoch weiterhin als eines der hochpreisigeren Labels auf dem Markt bestehen zu bleiben. 1977 wurde dann die Fendi-Damenkollektion lanciert und mit verschiedenen Accessoires, sowie Schmuck und Taschen ergänzt.

Herrenmode: Seit 1999

Herrenmode wurde im Hause Fendi erst ab 1990er Jahren kreiert. Anschließend daran wurde drei Jahre später das „Pequin-Muster“ 1983 eingeführt. Unter diesem Muster versteht man eine Kombination aus goldbraunen und dunkelbraunen Längsstreifen. Besonders dieses Muster erzielte Fendi erneut einen extrem hohen Wiedererkennungswert. Die Duftkreation startete 1985, als das erste Parfum, „Fendi for Women“ auf den Markt kam, seitdem wurden regelmäßig Düfte kreiert, die dem Unternehmen einen erheblichen Umsatz einbrachten.

Verkauf des Labels – LVMH

Die Fendi-Schwestern verkauften 1999, 51% ihres Unternehmens an den französischen Konzern LVMH und an das italienische Modeunternehmen Prada. Mit dem Verkauf machten sie einen Umsatz von etwa 850 Millionen US-Dollar. 2005 wurde sowohl die Firmenzentrale, als auch der Fendi-Flagshipstore am Largo Carlo Goldoni in Rom im Palazzo Fendi untergebracht.

Private Suites – exklusives Hotel

Seit ein paar Jahren krönte das internationale Luxuslabel sein Angebot mit „Fendi Private Suites“ und bietet nun auch Übernachtungsmöglichkeiten im Herzen Roms vermögenden Kunden an. Während sich im Erdgeschoss und der ersten Etage des Gebäudes eine Boutique befindet, besteht in der zweiten Etage die Chance in herrschaftlich eingerichteten Räumen zu entspannen und mit ausgewählten Gästen aus aller Welt zu interagieren. Das ganze Fendi-Konzept wird mit dem „Zuma- Restaurant“ in der vierten Etage veredelt. Hier ist es möglich die moderne, japanische Küche in stilvoll designer Umgebung zu erkunden und über den Dächern der Stadt zu speisen. Sieben exklusive Suiten vollenden das gesamte Fendi-Erlebnis. Eine Übernachtung kostet bis zu 980 Euro.

Stil und Markenzeichen

Design-Legende Karl Lagerfeld gelang es, der traditionellen Marke Jugendlichkeit und Frische einzuhauchen: Das doppelte F im berühmten Logo steht für „Fun Fur“ und darf als Devise verstanden werden. Fendi grenzte sich durch jüngere und mutigere Designs von anderen traditionellen Pelz-Marken ab und verbindet heute hochwertiges italienisches Handwerk mit grafischem Streetstyle. Das Modeunternehmen hat zwar eine lange Tradition, die als Qualitätsmerkmal gilt, doch spricht heute nach wie vor eine jüngere Zielgruppe an. Mitverantwortlich für diesen Erfolg sind die Präsenz auf Social Media und die Popularität des „Zucca“-Logos in der Popkultur, vor allem in der Hip-Hop-Szene. Sowohl männliche als auch weibliche Rap-Stars tragen Fendi und erwähnen die Marke gern in ihren Songtexten. Kanye West rasierte sich im Jahr 2006 sogar das Logo in die Seiten seines Kopfes. Fendi spricht alle Generationen an und gilt als Marke mit Gesicht, unter anderem mit der Fendi-Familie selbst als öffentliches Vorbild. „Ich versuche zu designen, was mir gefällt, und was meinen Töchtern gefallen wird“, sagte Silvia Venturini Fendi einmal im Interview. „Ich konzentriere mich nicht so sehr auf das Konzept von Alter.“



Handtaschen: Auffällige Modelle

Seit 1977 etwa produziert das Lable auch Taschen und andere Accessoires. Es gibt sie sowohl in den klassischen Brauntönen, aber auch in knalligen und auffälligen Farben und Modellen, die sich der heutigen Zeit stark anpassen und nicht mehr an die alten Versionen des einstig allein auf Pelze und Lederwaren spezialisierte Unternehmens. Diese Pieces sind absolute Statements. Unterschiedliche Formen zeigen, dass eine elegante Tasche nicht unbedingt klassisch sein muss. Klein, aber fein? Ja, denn selbst Mini-Taschen sind trotz ihrer geringen Größe mit Applikationen und metallischen Elementen verziert. Besondere It-Bags: Beuteltaschen mit durchsichtigen Partien. Wir lieben das Double-F-Monogramm, das sich durch die Kollektion zieht.

Gürtel für Sie & Ihn

Auch bei den Gürteln ist Fendi ganz vorn dabei. So gibt es schöne Modelle für Damen und Herren. Sowohl die sportliche Variante mit Stoffeinsetzten, als auch die klassisch, schicke Variante, die ausschließlich aus Leder besteht sieht angezogen toll aus und unterstreicht den modernen, stylischen Mann und die elegante Frau von heute!

Extravagante Schuhmodelle

Fendi ist besonders bei den Schuhen für ausgefallene Modelle mit tollen Verzierungen bekannt. So zieren Perlen, Kristalle und Steinchen die Modelle des italienischen Modelabels. Hohe Schuhe und flache Slipper kommen bei der weiblichen Kundschaft super gut an und sehen verspielt, aber dennoch elegant aus. Das Gleiche Prinzip gilt bei den sportlichen Modellen für den Herrn. Die praktisch veranlagten, aber dennoch stylisch aussehenden Kreationen wecken großes Interesse. Schlichte Outfits werden so zum absoluten Highlight auf den Straßen und zeigen modisches Bewusstsein für trendige Kombinationen!

Sonnenbrille x Fendi

Ebenso wie Taschenmodelle, wurden ab 1977 auch Accessoires ins Sortiment des Labels aufgenommen, um noch mehr Kunden zu erreichen und das Angebote zu erweitern. So fanden kurz darauf Sonnenbrillen, Schmuck und Uhren, kleine Lederwaren und andere Dinge großen Anklang bei der Kundschaft und brachte hohe Gewinne ein. Besonders beliebt sind die großen Sonnenbrillen bei Frauen. Auch hier setzten die Designer auf „Liebe zum Detail“ und veredeln ihre Modelle mit Steinchen und ausgefallenen Formen.

Accessoires: Armschmuck

Im Schmucksortiment sind neben Uhren auch noch Armbreife, Ketten, Ohrringe und Ringe untergebracht. Fendi setzt hier jedoch einzig und allein auf Modeschmuck und verziert die kleinen Accessoires mit Kristallen in verschiedenen Farben. Anders ist die Handhabung bei den Uhrenmodellen, in denen echte Steine und Diamanten einen außergewöhnlichen Platz einnehmen. Klassisch und modern fürs Büro, und die verspielten Versionen mit Blümchen und mit metallic Lederbändchen in der Freizeit. Für jeden ist etwas dabei!

Die kleinen Lederwaren, wie Portemonnaies und Kartentuis, Laptoptaschen und Clutches sind aus hochwertigen Ledermaterialien hergestellt und sorgen für ein elegantes Erscheinungsbild. Das schlichte Design sorgt dafür, dass sowohl Männer, als auch Frauen die Modelle kombinieren und praktisch in ihren Alltag einbauen können. Auch hier spiegelt sich wieder, wie viel Wert aufs Detail gelegt wird.

Outlet & Onlineshop

Ein direktes Outlet von Fendi gibt es im weder in Deutschland noch in Holland. Dennoch gibt es in Italien mehrere Standorte. Dort gibt es ein breites Sortiment an Outlet-Produkten und mit gefüllten Einkaufstüten die Heimreise antreten!

Die meisten Artikel bekommt man jedoch auch im eigenen Onlineshop des italienischen Unternehmens, aber auch Stores, wie Mytheresa, Farfetch und Luisa Viaroma verkaufen online Artikel.

MAILAND

FASHION WEEK



MAILAND

FASHION WEEK

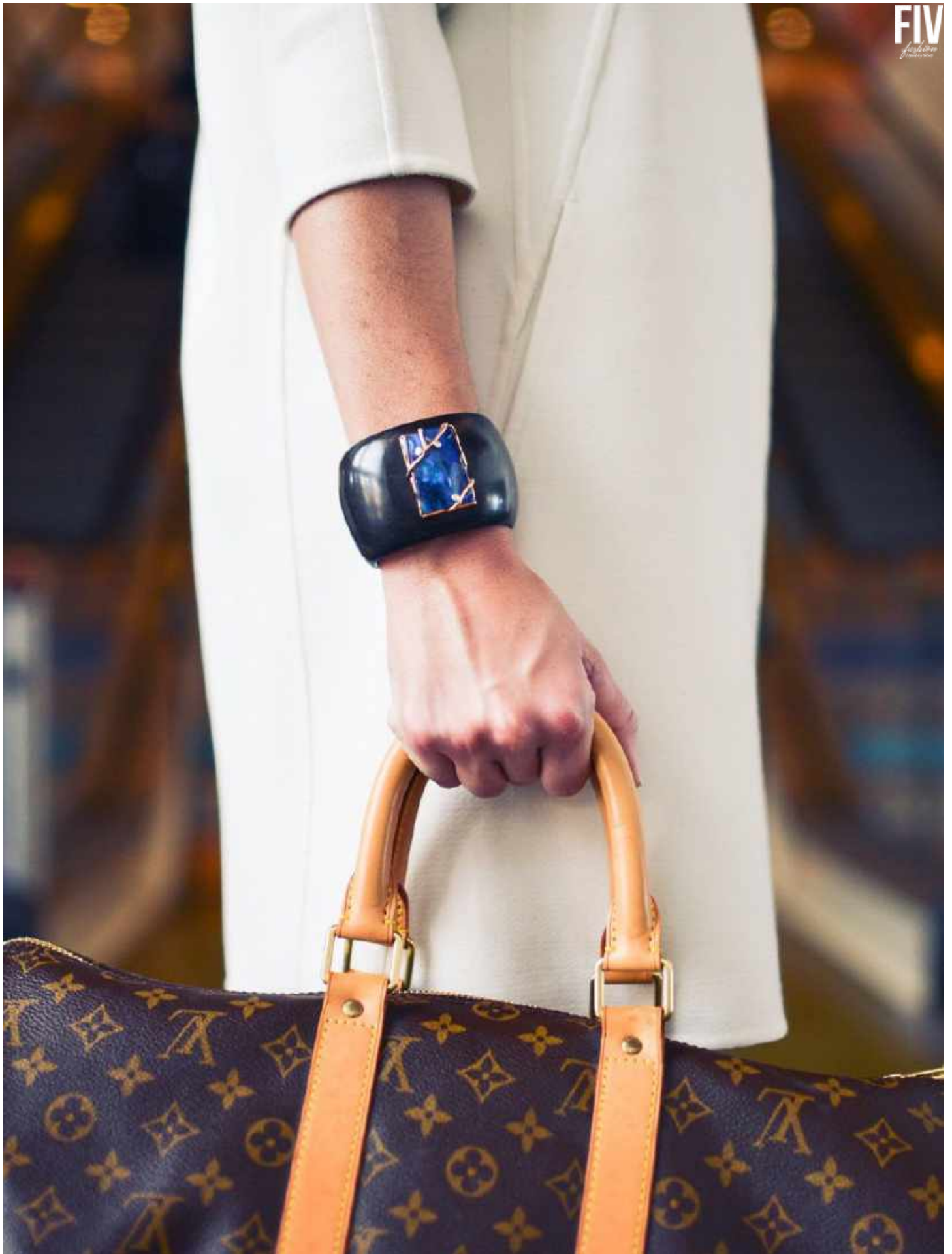
Als eine der international wichtigsten und bedeutungsvollsten Modemetropolen neben New York, Paris und London spielt die Mode in Mailand natürlich eine große Rolle. Dementsprechend finden die Shows und Runways in Mailand auch in großem Umfang statt. Der Auftakt ist groß. Viele geladene Gäste aus der Modeindustrie kommen hier vier mal im Jahr zusammen, um gespannt die Milan Fashion Weeks zu verfolgen. Herren- und Damenmode findet auf der Mailand Fashion Week vier mal im Jahr große Aufmerksamkeit auf dem Laufsteg. Dabei spielt die Präsentation der Herrenmode unter den „Big Four“ in Mailand die bedeutendste Rolle in der Fashion Branche. Neben Paris ist die Damenmode in Mailand trendsetzend in der Modewelt. Luxusmodehäuser wie Fendi, Prada, Moschino, Valentino oder Giorgio Armani stellen hier ihre neuesten Designs vor.

Milan Fashion Week

Zweimal im Jahr setzen die bedeutendsten Modedesigner in Mailand ihre Zeichen für die kommende Saison. Jeweils im Februar und September findet die Mailänder Modewoche „Milano Moda Donna“ statt. Jeder kennt sie und jeder will hin, es ist ein Ereignis das sich jährlich wiederholt, und die Welt immer wieder zum staunen bringt. Neben den vielen schönen Cafés und Parks, lässt die Mailand Fashion Week, die Menschen immer wieder in eine neue Welt eintauchen und bringt neue Trends auf dem Markt, eine Inspiration Model zu werden. Bekannte Designer die man in Mode Boutiquen sieht, sowie Models, Modelagenturen und VIP's schmücken die roten Teppiche der Mailand Fashion Week und ziehen natürlich auch Fotografen und Medien nach Mailand. Italienische Nobelmarken, wie Gucci, Armani, Roberto Cavalli, Versace, Fendi und Prada sind die Trendsetter der Magie der Mode. Aber auch junge Designer nutzen ihre Chance und präsentieren ihre Kollektionen auf dem alternativen Gelände um Via Tortona.

Designer

Giorgio Armani feierte in Mailand das 40-jährige Bestehen seiner Zweitlinie Emporio Armani mit einer großen Modenschau. Gezeigt wurden eine Damen- und eine Herrenkollektion sowie Sportkleidung. Insgesamt waren es weit über 100 Entwürfe. Auffallend waren die zu einigen Outfits getragenen Krawatten – ein Accessoire, das schon länger nicht mehr auf Laufstegen zu sehen war und von einigen bereits ganz abgeschrieben wurde. Nicht so für Armani, seine Binder sind mit Palmen bedruckt. Prada hingegen feierte das Leben in den Nachtclubs der Welt: Miuccia Prada und Raf Simons machten schwere Lederjacken zu den Schlüsselementen ihrer neuen Frühjahrskollektion. Die Kollektion spielte aber auch mit Bestandteilen traditioneller Kleidungsstücke wie Korsetts, deren Schnürung hier als Verschluss für eine Strickjacke genutzt wurde.



PRADA

GESCHICHTE, SIGNATUR-DUFT UND DREW BAG

Miuccia Prada definierte mit ihrem Eintritt in das traditionelle Unternehmen Begriffe wie Luxus, Raffinesse und Begehrlichkeit neu – und machte Prada damit zur Kultmarke. Besonders viel Wert wird auf die Verarbeitung der hochwertigen Materialien und Lederwaren gelegt. Ein Hauptteil wird auch heute noch in Italien produziert. Prada, noch eines der alteingesessenen Familienunternehmen, in denen echte Handwerkskunst vollbracht wird. Prada gehört neben Gucci, Louis Vuitton und Versace zu den Top Luxusmarken der Welt.



Erfolgsgeschichte

Das italienische Luxusunternehmen wurde 1913 von den Brüdern Mario Prada und Martino Prada gegründet und trug ursprünglich den Namen „Fratelli Prada“, was übersetzt so viel, wie „Gebrüder Prada“ bedeutet. 1913 eröffneten die beiden das erste Ladengeschäft in der eleganten Galleria Vittorio Emanuele II, in Mailand. Der Fokus lag zunächst auf der Herstellung und dem Verkauf exklusiver Lederwaren, unter anderem Handschuhe, Taschen und Koffer. Durch ihre qualitativ hochwertig verarbeiteten Produkte wurde Prada 1919 zum königlichen Hoflieferanten ernannt. Das heutige Logo zeigt dies noch immer und bildet das Wappen des Hauses Savoyen und die vier Achtknoten ab. 1979 wurde die Schuhproduktion eingeleitet und schlichte Modelle, in gedeckten Farben wurden ins Sortiment aufgenommen. Diese bildeten allerdings einen starken Kontrast zu der schrillen und sexistischen Mode der anderen Marken zu dieser Zeit, lösten jedoch einen steilen Anstieg der Marke einige Jahre später aus.

Im Jahr 1983 fand die Eröffnung des zweiten Prada Geschäfts in der Via della Spiga ebenfalls in Mailand statt. 1992 gründete sie für ein jüngere Klientel das Label Miu

Miu. Eine etwas günstigeren Linie mit eher nonkonformistischen Schnittmustern. Im Sommer 1998 schloss sich das neue Label Prada Sport an. Das Modelabel Prada hatte schon viele große Namen unter seinem Dach. Unter anderem arbeiteten Karl Lagerfeld, Stella McCartney oder Tom Ford als Designer für das Unternehmen. Miuccia Prada ist übernimmt mittlerweile die kreative Leitung des Labels.

Miuccia Prada

Miuccia Prada wurde am 10. Mai 1949 in Mailand geboren und wuchs in einem guten Hause auf, das sie intellektuell stark prägte. Sie entschied sich in den 1960er-Jahren dafür, Politikwissenschaften zu studieren und promovierte später auch in diesem Fach. Als überzeugte Kommunistin engagierte sie sich in der feministischen Szene und setzte sich für wichtige politische Themen ein.

Doch wie kam es dazu, dass eine feministische Politikwissenschaftlerin zur Inhaberin eines Modelabels wurde? Gute Frage, denn die junge Miuccia wollte vom Modehaus ihres Großvaters zunächst eigentlich gar nichts wissen. Auch als sie das Unternehmen überraschend von ihrem Großvater erbte, war sie alles andere als erfreut. Miuccia war es nämlich unangenehm als Feministin in die Modebranche einzusteigen. Nichtsdestotrotz ging sie dem Wunsch ihres Großvaters nach und fand im Laufe der Zeit Freude an ihrem Beruf.

Sie verhalf dem Label Prada zu neuem Glanz und schaffte es, neue Trends zu setzen. Ein Beispiel hierfür geht zurück in die 1980er-Jahre: Während die meisten Modehäuser auf einen mädchenhaften Stil mit Rüschen und Spitzen setzten, entwarf Miuccia Kollektionen, die von minimalistischen und schlichten Designs gekennzeichnet waren. Dies führte dazu, dass viele Modemarken ihren Stil nachahmten und dem romantischen Style wieder den Rücken kehrten.

„Prada Ugly“

Anfang der 1980er Jahre eröffneten zahlreiche exklusive Prada-Geschäfte, die zu einem enormen Anstieg, sowohl des Umsatzes, als auch dem Ruf des Unternehmens. 1988 kreierte Prada unter der Leitung von Miuccia Prada die erste Prêt-à-Porter-Kollektion für Damen. In den

Anfängen der 1990er Jahre bekam Prada besondere Anerkennung, durch die Herstellung dicker Brillengläser, altbackener Stoffen und Retro-Stil-Schnitten. Auch die Farbauswahl mit grellen Tönen war sehr unüblich. Mit dem Begriff „Prada Ugly“ assoziierten die Menschen diese Kollektion, die vorwiegend an modische, junge Frauen gerichtet war.

Prada Durchbruch

Erst 1933 wurde eine minimalistische Prada-Herrenkollektion entwickelt und zum Sortiment hinzugefügt. 2000, in einer revolutionären Umbruchzeit kamen dann die ersten Sonnen- und Korrektionsbrillen, unter dem Namen „Prada“ auf den Markt. 2004 wurde das erstes Parfum für Damen „Prada“, in Zusammenarbeit mit der spanischen PUIG-Gruppe hergestellt. Die Duftkollektion wurde dann 2006 erstmals mit einem Parfum für den Herrn erweitert, dies trug den Namen „Prada Man“. Seit 2007 existiert auch ein Onlineshop. Zunächst gab es nur ein schmales Angebot, dass aber mit der Zeit erweitert wurde. Das Unternehmen, das ursprünglich nur Lederwaren produzierte, ist mittlerweile ein weltweit anerkanntes Unternehmen. Selbst in den Rängen der Haute Couture sind sie vertreten. Dennoch sind Lederwaren, wie Schuhe und Handtaschen die größte Einnahmequelle. Auch heute noch werden hauptsächlich 85% in Italien produziert.



Italienischer Luxus

Sie weiß gekonnt altherwürdigen italienischen Luxus in fortschrittliches Denken zu verpacken. Prada besticht durch seine sauberen und eleganten Entwürfe, feinen Materialien und vorzügliche Handarbeit. Die schlichten, fast asketischen Linien und Miuccias Entwürfe der 80er, stehen in starkem Kontrast zu dem sinnlichen Touch anderer Marken dieser Zeit und heben sie von der Masse ab. Ein begeisterter Modejournalist beschreibt Pradas Kleidung als Uniformen für die leicht Entrechteten. In den 90ern kreierte sie den von ihr so genannten bad taste-Look, der sie berühmt machte. Prada gab den Begriffen Luxus, Raffinesse und Begehrlichkeit in Sachen Mode somit eine neue Bedeutung und wurde auf diese Weise zur Kultmarke. Ihre Kollektionen karikieren Elemente zeitgenössischer Kultur. Sie kann ein unkonventionell dramatisches Thema genauso wie den Oma-Chic, oder die funktionale Nüchternheit interpretieren - und für gewöhnlich tut sie dies alles vor allen anderen. Miuccia Prada gehört zu den wenigen Designern, die von einer Saison auf die nächste den Stil ihrer Kollektion radikal ändern können, ohne dabei ihre Handschrift zu verlieren. Zu Prada gehören neben Prada und Miu Miu auch noch Granello, Prada Uomo, Prada Linea Rossa (ehemals Prada Sport) und Prada Donna.

Logo

Nach nur 6 Jahren seit Gründung des Unternehmens wurde es der Lieferant des italienischen Königshauses. Im ursprünglichen Logo von Prada ist das Wappen der Familie des Hauses Savoyen. Zu sehen ist ein geflochtenes Oval mit vier Achtknoten. Davon befinden sich zwei oben und zwei unten. Mittig oben auf dem Oval-Rand ist ein kleines Kreuz-Wappen zu sehen. Dieses gehörte ebenfalls zum Hause Savoyen. Wobei das gesamte Prada-Logo auch damals schwarz-weiß war. Im Oval selbst stand der Markenname in schwarzen Großbuchstaben. Er war geschrieben in einer Schriftart mit dreieckigen Serifen. Dabei wurden sowohl dünne als auch dicke Linien für die Buchstaben verwendet. Heute wird das Symbol ohne königliche Symbole verwendet. Im Großen und Ganzen ist das Prada-Logo immer gleich geblieben. Die Marke blieb sich in der Gestaltung ihres Logos treu.



Hand- & Reisetaschen

Von Anfang an produzierte das Label Taschen und andere Produkte aus Leder. Die absoluten Klassiker sind noch immer im Sortiment und schmücken die elegante Frau von heute, jeden Alters. Auch ideal fürs Büro geeignet. Nach und nach kamen immer mehr ausgefallene Modelle hinzu und Materialien, wie Korb und Perlen verzierten die Modelle. Aber nicht nur kleine Ledertaschen werden von Prada hergestellt, auch Reisetaschen für Damen und Herren, sowie Aktentaschen produziert das italienische Luxuslabel und macht so das Reisen und Arbeiten zu einem Erlebnis. In verschiedenen Versionen und Farben sind die Modelle in etlichen Stores weltweit zu erhalten, auch im Onlineshop.

Sneaker

Besonders für die einzigartig Eleganz der Schuhmodelle ist Prada bekannt. Hohe Schuhe aus hochwertigen Materialien, wie Satin, Seide und Leder gefertigt und zieren zarte Damenfüße. Auch die Sneakermodele, oder Flats sind beliebte Käufe beim italienischen Luxuslabel. Einzigartige Klassiker, werden jetzt durch moderne Versionen mit Nieten und Steinchen ergänzt, mit ihrer Hilfen soll das junge Publikum angesprochen werden!

Accessoires: Brillen, Gürtel & Schals

Die Accessoires des Luxusunternehmens liegen ebenso, wie die Mode im höheren Preissegment und sind sehr beliebt bei Kunden aus aller Welt. Die ausgefallenen Modelle und Farbkombinationen sorgen dafür, dass der Träger elegant und geschmackvoll wirkt!

Gerade im Bereich der Sonnen- und Sichtbrillen mischt Prada ganz vorne an der Spitze mit. Das Luxuslabel produziert seit einigen Jahren neben Mode für Damen und Herren auch Accessoires und dabei dürfen Brillen natürlich auch nicht fehlen! Immer top aktuelle Modelle, verdeutlichen dem Träger die Sicht auf die schönen Dinge des Lebens!

Die kleinen Lederwaren, wie Portemonnaies und Kartentuis sind sowohl bei Frauen, als auch bei Herren sehr

beliebte Artikel bei Prada. Sie werden ebenso hochwertig produziert, wie die Handtaschen des Unternehmens. Auch sie werden hauptsächlich in Italien, dem Hauptsitz und Ursprungsland produziert. Schlichtes Design und farbenfrohe Versionen sehen nicht nur cool aus, sondern sind auch super praktisch!

Auch bei den Gürteln wird auf schlichte, handwerklich sauber verarbeitete Ware großen Wert gelegt! Schlichte Lederbändern in gedeckten, oder kraftvollen Farbnuancen werden durch eine schlichte, aber auffällige Schnalle ergänzt und schmückt seinen Träger.

Prada Nylon Bag

Models und Stars tragen diese Tasche! Eine It-Bag, die in die Geschichte der Mode eingegangen ist. Eigentlich überstrahlt eine Tasche für einen kurzen Zeitpunkt, alle anderen Taschen in der Modegeschichte. Doch einige schaffen es sich nach einem anfänglichen Hype, in der Modegeschichte zu etablieren. Hier erinnern wir uns gerne an Designklassiker wie die berühmte Boy Bag von Chanel, die Dior Saddle Bag oder die Fendi Baguette. Diese Modelle erscheinen bis heute immer wieder in neuen Ausführungen und selbst ältere Exemplare sind auf dem Vintage Markt heiß begehrt. Die Mini Bag aus Nylon von Prada feiert zur Zeit ihren großen Comeback. Das schlichte Designerstück war in den frühen 2000ern ein solcher Erfolg, dass das Label die Silhouetten wieder auflegte. Die kompakte Form, der breite Träger und das charakteristische, dreieckige Metall-Logo wurde bei der Neuauflage beibehalten. Stars wie Kendall Jenner und Kaia Gerber wurden nach nur einer Woche mit dieser It-Bag gesichtet. Bella Hadid trug sie sogar schon in zahlreichen Farbvarianten.

Model
Fabrice Fuhrmann
Agentur
CM Models
Fotograf
Eddie Blagbrough

Model
Fabrice Fuhrmann
Agentur
CM Models
Fotograf
Eddie Blagbrough

FIV
forbes
international





Model
Niklas Fuhrmann
Agentur
CM Models
Fotograf
Eddie Blagbrough

Model
Fabrice Fuhrmann
Agentur
CM Models
Fotograf
Eddie Blagbrough

GUCCI

DESIGNER, MODENSCHAU UND TASCHEN

Gucci gehört zu den Top Modemarken unserer Zeit und verkauft seine Mode neben Luxusmarken wie Louis Vuitton, Prada und Yves Saint Laurent. Das millionenschwere italienische Fashionunternehmen stellt die Modewelt regelmäßig mit neuen Kollektionen auf der Mailand Fashion Week auf den Kopf. Ob revolutionäre Designs, oder Social Media Trends, Gucci begeistert jede Saison aufs neue und ist die absolute Lieblingsmarke vieler Blogger, Fashion Influencer und Supermodels. Auch die Kosmetik von Gucci Beauty ist weltweit beliebt.

Erfolgsgeschichte

Die Geschichte der Marke Gucci reicht bis ins Jahr 1921 zurück. Die Brand wurde von Guccio Gucci gegründet und machte sich zunächst einen Namen mit seinen exquisiten Lederwaren und luxuriösen Handtaschen. Da Guccio Gucci Sattlermeister war, waren seine Designs oft vom Pferdesport inspiriert. Die Marke gewann erst nach 1953 an großer Beliebtheit. Die Bekleidungslinie wurde erst 1970 eingeführt. Kurz darauf wurden auch die Gucci Düfte veröffentlicht. In den 1980er Jahren erlitt die Marke einen schweren Rückschlag, aufgrund von internen Uneinigkeiten in der Gründerfamilie. Seit 2004 gehört Gucci zum Luxusgüterkonzern Kering.

Geschichte & Vermächtnis

Zur Zeit der Gründung kam es bereits zu einigen Problemen, während des zweiten Weltkrieges blieben die Lederimporte aus. Doch Gucci machte das Beste daraus und kreierte die noch heute erfolgreiche Bamboo It-Bag. In den 1950er Jahren übernahm Gucci Sohn Aldo das Unternehmen nach Guccios Tod und verhalf der Marke zu internationaler Bekanntheit mit dem ersten Laden in

den USA und Stars wie Grace Kelly als Kundin. Aldo Gucci holte seine uneheliche Tochter Patricia, was damals übrigens ein riesiger Skandal in der italienischen Society war, mit gerade einmal 20 Jahren in den Vorstand der Firma. Sie war die schöne Begleitung an der Seite ihres Vaters auf Geschäftsreisen und wurde, nachdem sie im Badeanzug für eine Werbekampagne des Unternehmens modelte, das „Gucci-Girl“ genannt. Dann in den 1980er-Jahren wurde Aldo Gucci mit 81 Jahren wegen Steuerhinterziehung verhaftet - Kurze Zeit darauf starb dieser mit 90 Jahren und enterbte vorher noch all seine Söhne. Außerdem verfiel das Unternehmen seit den 1980er Jahren, nachdem einer der Söhne, Maurizio Gucci das Unternehmen nach und nach an ein US-Arabisches Unternehmen verkaufte. 1995 lies seine Ex-Frau ihn töten und wurde zu 26 Jahren Gefängnis verurteilt. Seit 2004 gehört Gucci vollständig zu dem französischen Luxuskonzern Kering und erlebte seit dem mit Designern wie Tom Ford, Frida Giannini und jetzt Alessandro Michele einen regelrechten Aufschwung und eine komplette Transformation, sodass das Unternehmen heute als stärkstes der Gruppe und einer der wichtigsten Modefirmen weltweit gilt.



Chefdesigner Alessandro Michele

In den 1990er Jahren wurde Gucci unter der kreativen Hand des Designers Tom Ford wieder zum heiß begehrten Luxuslabel. Seine Kreationen haben den sinnlich-eleganten Charakter der Marke bis heute geprägt. Mit gewagten Schnitten und Designs im Dandy-Stil eroberte Tom Ford die Modewelt. Mit dessen Nachfolger, Alessandro Michele, erlebte Gucci einen absoluten Imagewandel. Die Designs wurden androgyner und schriller. Intensive Farben und exzentrische Muster wurden zum Bestandteil der neuen Kollektionen. Der Designer gewann mit seinen Kreationen 2015 die Auszeichnung als „Internationaler Modedesigner des Jahres“. Jugendlichkeit, Fröhlichkeit und Unbeschwertheit wurden auch in Guccis Werbekampagnen vermittelt. 2016 wurde das Label in der Presse als begehrteste Modemarke der Welt betitelt.

Gucci für Frauenrechte

Mit der Resort Kollektion zeigt der kreative Director Michele seinen Support für Frauenrechte. Die T-Shirts tragen den Aufdruck „My Body My Choice“. Ein weiterer Teil der Kollektion ist ein Kleid auf das das weibliche Fort-

pflanzungssystem aufgestickt und mit Blumen verziert ist. In einigen Designs wurde auch das Datum „22. Mai 1978“ gezeigt. An dem Tag trat das italienische Gesetz zum Mutterschaftsschutz in Kraft. Ein entscheidendes Datum für die Liberalisierung der Frau. Gucci feiert die Frau:

Teuerste Gürtel der Modebranche

Gucci ist seit einiger Zeit wieder die Trendsetter-Marke schlecht hin. Wie beliebt die Marke ist zeigt sich vor allem auf den sozialen Netzwerken. Instagram und Fashion Blogs sind voll mit Fotos des Gucci Gürtels. Kein Wunder! Der schlichte Ledergürtel mit der doppelten GG-Schnalle gibt jedem noch so langweiligen Outfit die richtige Dosis Glamour. Den Gürtel gibt es in verschiedensten Modellen zu kaufen, ob aus weichem-oder Krokodilleder, mit 4 Zentimeter, oder 2,5 Zentimeter Breite oder mit einem umgedrehten G, bietet Gucci die unterschiedlichsten Gürtelmodelle an. Zeitlos ist jedoch der klassische schwarze Gucci Gürtel. Stylen lässt sich das It-Piece sowohl als Taillengürtel als auch wie gewohnt um die Hüfte. Dazu passt er zu fast jedem Outfit und lässt sich mit so gut wie allem kombinieren. Das Accessoire passt zu jedem Outfit und wertet jeden Style dezent auf. Knappe 900 Euro kostet das Modell im klassischen Design.



Sneaker mit funkeln den Steinen

Dank kreativer Köpfe wie Tom Ford und Alessandro Michele, hat Gucci sich mit seinen Designs und Styles regelmäßig weit aus dem Fenster gelehnt und etwas gewagt. Durch die ausgefallenen Kreationen hat die Marke oft für Aufsehen gesorgt. Schuhe sind dabei nicht ausgenommen. Mit den gewagten Designs zieht man alle Blicke auf sich und wird bestimmt nicht übersehen.

Ein Beispiel für ein zur Zeit super beliebtes Schuhmodell der Marke ist der Flashtrek Gucci Sneaker. Mit diesem Design hat das Label den Ugly Sneaker Trend für sich interpretiert. Klobige Schuhmodelle mit auffälligen Verzierungen stechen sofort ins Auge und sind ein echter Hingucker.

Loafer

Die neuen Schuhtrends sind dicke Plateausohlen und hohe Absätze. Gucci versetzt dich in die Höhe! Der absolute Renner der letzten Jahre war allerdings das Loafer-Modell. Dieser wurde vom Designer Michele in dieser Saison neu interpretiert. Der Trend bewegt sich also weg von klassischen Designs und hin zu schrillen Farben, Steinchen, Glitzer und dicken Sohlen. Der Designer hat einen Rebell des klassischen Gucci Schuhs entworfen. Die neue Kreation ist deutlich rockiger und nicht mehr mit dem klassischen Modell zu vergleichen! Auch Schuhe mit integrierten Socken erfreuen sich an besonderer Beliebtheit bei den Kunden aus aller Welt. Extravaganz ist also garantiert, ob sich der Hype jedoch dauerhaft an den Füßen der Fans halten wird, ist allerdings noch fraglich.

Must Have Sneaker

Weißer Turnschuhe sind zum neuesten Standbein in jedem Schuhschrank geworden. Sowohl bei Frauen, als auch bei Männern dürfen die Allrounder auf keinen Fall fehlen! Von der Freizeitkleidung auf der Straße, bis zur Kombination mit einem Business-Anzug, hat sich die Kombination der weißen Turnschuhe weiter verbreitet. „Stan Smiths“, „Common Projects“ und „Lanvin“ haben alle ihre Aufmerksamkeit mit einem weißen Turnschuh

auf sich gezogen. Der Sneaker „Gucci-Ace-Bee“ ist jedoch derjenige, den Sie überall an den Füßen der Menschen sehen werden. Das rot-grüne Etikett mit der glitzernen Biene in der Mitte zieht sofort alle Blicke auf sich. Was wäre der Gucci Sneaker ohne seine Signatur Farben Rot und Grün. Der Schuh kommt natürlich wie alle Gucci Produkte in einer eleganten Verpackung. In einen weißen Gucci seiden Beutel verpackt mit Broschüre und Papiertuch. Klar er springt ins Auge des Betrachters und ist kein langweiliges Schuhmodell, aber man kann ihn super leicht kombinieren und auch im Sommer und Herbst bequem durch die City laufen. Also der moderne Mann von heute braucht definitiv eines der begehrten Exemplare von Gucci!

Sonnenbrille x Bad Bunny

Exzentrische Looks sind die Essenz eines jeden Gucci Styles. Auch diese Saison hat Gucci die Erwartungen einzig und allein mit ihrer Kreativität übertroffen. Schön und auffallend dekorierte Sonnenbrillen prägen die neuen Kollektionen der gehypten Marke. Das italienische Luxuslabel hat sich mit seinen ausgefallenen und schrillen Designs in der Welt einen Namen gemacht, dass spiegelt sich auch in der Brillenkollektion der Marke wieder. Jedes Modell ist ein Kunstwerk für sich! Ein beliebtes Modell das die Extravaganz der Marke aufgreift, ist das „Gucci GG0113S Modell“. In dieser Brille wurde der bekannte Künstler Bad Bunny oft gesichtet, zweifellos ein absoluter Hingucker. Kombiniert mit einem Blumen Anzug, ist der Style für manche schon zu viel des Guten, für ihn jedoch nicht! Die Gucci Brille an sich hat genau das Etwas, das nötig ist, um jedes Outfit rebellischer und jugendlicher wirken zu lassen, also auch für die ältere Trendsetter unter uns top geeignet!

NEW YORK

FASHION WEEK



NEW YORK

FASHION WEEK

Red Carpet, große Presseveranstaltungen und Runway Shows mit hunderten von exklusiv geladenen Gästen. In New York findet jährlich zwei mal die große Fashion Week statt. Sie ist neben den Modewochen in Metropolen wie Paris oder Mailand eine der wichtigsten und größten Veranstaltungen seiner Art. Im glamourösen Manhattan in New York City wird die Fashion Week zwei mal jährlich abgehalten. Auf der ersten Fashion Week des jeweiligen Jahres im Februar wird stets die Mode der nächsten Herbst/Winter Saison präsentiert. Die Kollektionen für den Frühjahr und Sommer hingegen werden bereits im Jahr zuvor auf der Fashion Week im September vorgestellt. Jedes Jahr präsentieren Designer und Modehäuser wie Coach, Tom Ford, Marc Jacobs oder Michael Kors ihre neuen Kollektionen und beeindrucken Gäste der High Society aus New York.

New York Fashion Week Herbst/Winter

Es ist wieder soweit! Die Modegeschichte wird weitergeschrieben. Neue Herbst und Winter Trends werden in New York von Top Designern und Modemarken auf den Laufstegen von den Supermodels in der Großstadt durchgeführt. Von Haute Couture über Pret-A-Porter ist wieder einmal alles, was das Modeherz begehrt dabei. Top Mode-Blogger auf Instagram, Modemagazin, Promis und Fashionbegeisterte blicken gespannt auf die neuen Shows der NYFW 2021. Die Besten Marken, wie Versace, Dolce & Gabbana und Stella McCartney präsentieren wieder die angesagtesten Stücke der neuen Saison. Besonders angesagt sind große Logos, Netze, Mini Röcke, Disco Diva Looks, Drapierte Kleider und Wollmäntel.

New York Fashion Week Frühjahr/ Sommer

Es ist wieder Zeit! Die Modegeschichte wird weitergeschrieben. Neue Frühling und Sommer Neuheiten werden in New York von Top Designern und Modemarken auf den Laufstegen von den atemberaubenden Supermodels vorgestellt. Von Haute Couture über Pret-A-Porter wird uns mal wieder viel geboten. Top Mode-Blogger auf Instagram, Modemagazin, Promis und Fashionbegeisterte blicken gespannt auf die neuen Shows der NYFW 2021.



Herausgegeben von

CXMXO Media Group Stephan

M. Czaja

Autoren

Elisa Fuchs

Kim Kuntke

Lena Mertens

Wayne Allinger

Noemi Göbbels

Yasminat Amidou

Laura Reichmann

Leonie Volkämmer

New Faces

Nadia Neumann

Niklas Fuhrmann

Fabrice Fuhrmann

Design Editor

Noemi Göbbels





FIV

*Fashion
Interview*

×

CM

MODELS
MANAGEMENT