

FIV

fashion interview

CM MODELS MANAGEMENT

BUFFALO
TED BAKER
SKETCHERS
LONGCHAMP

Modemarken, Luxusmarken, Taschen, Kleider & Co.

+ Swarovski

Haute Couture Schmuck, Ketten & Armbänder

+Michael Kors

Vom Werbegesicht zum Modedesigner

Laufsteg & Catwalk Tipps für Models

HAUTE COUTURE & PRET-A-PORTER MODE

Model werden

Laufsteg, Tipps, Style & Co.

FIVMAGAZINE.COM
01
GERMANY - UNITED STATES - UNITED KINGDOM - FRANCE - ITALY - SPAIN

FIV fashion interview

BRANDS

4 **Buffalo Boots**
Die ikonischen 90s Sneaker sind zurück. Vegan, bund, klobig. Alles über das Comeback in diesem Artikel.

8 **Sketchers**
Bunt, bunter, Skechers. In dem Artikel stellen wir dir die Top 3 Sneaker von Skechers vor. Außerdem: Fakten über das Brand und Reviews.

12 **Fashion show - Laufsteg & Catwalk Tipps für Models**
Alles was du für eine erfolgreiche Modelkarriere wissen musst, erfährst du hier.

14 **Haute Couture: Pret-a-porter & Laufstile einer Modenschau**
Haute Couture vs. Pret-a-porter: Das musst du bei deinem Laifstil beachten.

20 **Michael Kors: Taschen, Uhren & Ketten**
Der US-amerikanische Modedesigner ist vor allem für seine Taschen populär geworden. Alles wichtige zur Geschichte und Aktuelles über das Fashion Brand, hier!

26 **Longchamp: Luxustaschen & Geschichte der Pariser modemarke**
Hier liest du alles über die beliebtesten und schönsten Kollektionen der Marke und erfährst mehr über die Geschichte der französischen Luxusmarke.

28 **Ted baker: Taschen, Erfolgsgeschichte & Beliebteste Produkte**
Wieso wurde das Label nicht nach seinem Erfinder genannt, und was war Ted Baker einmal früher? Das alles erfährt du hier!

32 **COACH: Taschen, Umhängetaschen & Co.**
Die Modemarke ist genau so wie Valentino und Guess für seine modernen Luxusaccessoires und Handtaschen bekannt. Erfahre in diesem Artikel alles über die Gründung des Labels und lerne die beliebtesten Produkte kennen.

38 **Daniel Wellington: Uhren: Zeitlos & Elegant, lässige Armbänder**
Seine Idee klassische Uhrengehäuse an NATO Armbänder anzubringen wurden ein Kassenschlager! Erfahre hier mehr über die Marke

44 **Swarovski: Haute Couture Schmuck**
Alles über die Marke Swarovski, von den beliebtesten Schmuckstücken, der Firmengeschichte bis hinzu den erfolgreichsten Marketingkampagnen, hier in diesem Artikel.

52 **Tiffany & CO: Luxuriöse Juwelen, Hollywood Filme & Werbespots**
Neben Schmuck, gibt es nun auch ein Parfum. Alle Informationen von der Erfolgsgeschichte bis hin zu den meist gestellten Fragen findest du hier in diesem Artikel!

58 **Model werden in Paris**
Auch wenn die Italiener das etwas anders sehen, ist Paris die Welthauptstadt der Mode – ebenso für jedes Model und jede Modelagentur.



Model werden in Paris

BUFFALO

SNEAKER, PLATEAUS UND GESCHICHTE

Klobige Plateausneaker: von den einen gehasst, von den anderen gefeiert. Buffalo Shoes hat seine Hochphase inmitten des Grunge-Styles, der Techno-Szene und der Spice-Girls gefeiert. Mit dem 90s-Revival in der Fashion Welt, feiert auch das Schuhlabel seine Wiedergeburt. Was die Philosophie von Buffalo Shoes ist? Welche Artikel sich im Sortiment des Labels befinden? Welche Kollaborationen Erfolg feiern? Das und noch vieles mehr wird sich dir in diesem Artikel erschließen. Klobige Sohlen, 15cm Plateau und mehr!

Sneaker und Stiefel mit Plateausohlen und 90s-Vibe

Von manchen als Fashion-Sünde verabscheut, von der anderen Hälfte als mid-90s IT-Piece gefeiert. Der britischen Girlband „Spice Girls" verdankt das Label einen großen Teil seiner Erfolgsgeschichte. Der berühmt-berüchtigte Buffalo Sneaker mit der chunky Sohle – alles von der Gründung bis heute.

Timeline Buffalo: Von Cowboy-Boots zu Sneakern mit Plateau

Das Schuhlabel feiert seinen Launch im Jahre 1967 und vermag erstmals in den 90er Jahren Erfolg zu feiern und große Popularität zu erlangen. Die einzigartigen und in Erinnerung bleibenden komischen, klobigen, plateauförmigen Turnschuhe etablieren sich zum Merkmal des Labels. Ein Design mit Wiedererkennungswert.

„Buffalo London": englische Marke aus Deutschland

Buffalo Schuhe jeglicher Art werden ohne Bedenken mit dem 90s Londoner Grunge Stil, Spice Girls und kurzen und knappen Partyklamotten assoziiert. Da mag es auf der Hand liegen, dass man denkt, dass das Label seinen Ursprung in Großbritannien hat. Doch weit verfehlt. Das Unternehmen startet weder mit chunky Sneakern noch in britischer Umgebung. Buffalo Boots GmbH wird in Frankfurt gegründet, wobei der Fokus auf dem Verkauf von Cowboy-Boots liegt. Erst mit wachsendem Erfolg und internationaler Expansion erschließt sich eine Reihe neuer Produkte – der Beginn der klobigen Plateau-Sneaker.

„Buffalo Classic“: klobige Kultschuhe in den 90er Jahren

Mit der Lancierung der Sportschuhlinie betritt das Unternehmen ein neues Terrain – die Fashion Welt. Der Buffalo Classic, wie er anfangs gennant wurde, begeistert mit der typischen chunky Plateausohle. 5cm hohe Plateausohle, Obermaterial aus echtem Leder und strapazierbare Gummisohle verschmelzen zu sowohl einem stylischen als auch haltbaren Kultschuh.

90er-Jahre Hype: Teil der Identität von Subkulturen

Was viele nicht wissen, ist, dass sich hinter diesen klobigen Plateau-Sneakern, mehr als nur ein willkürlich zusammengestelltes Design befindet. Mit diesen Schuhen hat man sich vom Mainstream abgewandt und erste Schritte gegen das herkömmliche Phänomen Mode und das Establishment gerichtet. Ihre Philosophie spiegelt eine nonkonformistische Ideologie wieder – man vermittelt eine mutige, optimistische Ausstrahlung.

Buffalo Shoes: Neue Schuhe, neue Designs, Trend Pieces

Nach seiner Blütezeit in den 90er Jahren, hat es der klobige Schuh auch ins 21. Jahrhundert geschafft. Was es mit dem „Ugly-Style-Trend“ auf sich hat und wo sich der Schuh besonderem Erfolg erfreuen kann – das und mehr lest ihr hier!

Schuhe der Festivals: Trend Teile für Techno-Szene und Grunge-Styles

Mit ihrer klobigen Sohle versprechen die Turnschuhe dem Konsumenten Komfort, Haltbarkeit und rebellischen Style in einem. Kein Wunder, dass sich die Schuhe zum Aushängeschild der Techno-Szene in Deutschland und des Grunge-Styles in Großbritannien entwickeln. 1995 lanciert, kann man die Turnschuhe seitdem bei jedem



Festival wiederfinden. Bis heute! Die robusten Turnschuhe sind das perfekte Schuhwerk für Tanzmarathons bei Musikfestivals. Durchhaltevermögen bis zum Sonnenaufgang und darüber hinaus lässt das Herz von Musik- & Modeliebhabern höher schlagen.

Plateau Schuhe werden wieder Trend: ehemalige „Modesünde“

Was dazu geführt hat, dass das klobiges Schuhwerk wieder von der Modeelite konsumiert wird? Das Revival von Biker Shorts, Ugly Sneaker und Gymnastic-Kleidung hat die Renaissance der 90s-Jahre bereits eingeleitet. Da war es nur eine Frage der Zeit bis die Buffalo Schuhe auf diesen Trendzug aufspringen. Die Modewelt blickt gerne in die bunte Vergangenheit, wenn die Gegenwart nur mit pessimistischem Denken einhergeht. Doch der chunky Bufallo Schuh ist mehr als nur ein weiteres Trendteil des „Ugly-Trends“. Buffalo Stiefel symbolisieren etwas Größeres: der Schrei nach Stabilität, wortwörtlich, nach Möglichkeiten und nach dem Zugehörigkeitsgefühl. Billie Eilish, Gigi Hadid und Co. zeigen wie sie den Trend-Sneaker in ihre Alltagsgarderobe und die Philosophie dahinter in ihr Mindset inkludieren. We like!

Die internationale Marketing Direktorin des Unternehmens Alexandra Preusche bringt es auf den Punkt:

„Our brand was carried into the mainstream by a group of influencers – in the '90s, it was the Spice Girls – so we loved the idea of re-creating this and bringing it into the spirit of today through some of the industry's top influencers!"

Philosophie und Werte von Buffalo

Buffalo Shoes steht für mehr als klobige Schuhe, Plateausohlen und Grunge-Style. Das Label distanziert sich bewusst von klassischen Schönheitsidealen. Der Weg in Richtung kritisches, reflektiertes und revolutionäres Denken ist der Stil des Labels. Sehe selbst!

Spice Girls: Einfluss auf Musik und Mode

So viel Einfluss die Grunge-Szene, Techno-Welt und andere Subkulturen auf die Buffalo-Stiefel hatten, so verdanken die Schuhe den Spice Girls ihren ganz großen Durchbruch. Der schwindelerregende Aufsteig zum Mainstream-Ruhm ist auf die britische Girlband zurück zu führen. Mit dem wachsenden Erfolg geht auch die untrennbare Verbindung zwischen Buffalos und Britishness einher. Egal ob Dreharbeiten, Musikvideos oder Bühnenauftritte – Spice Girls und Buffalos waren unzertrennlich. Mit diesem Durchbruch haben sie sich nicht nur in der Modewelt positioniert, sondern auch im Empowerment-Bereich für Frauen. Die von den Spice Girls instrumentalisiserte „Girls Power" hat auf die Philosophie von Buffalo abgefärbt.

Philosophie: Frauenpower, Selbstliebe und Freiheit

Spätestens jetzt, ist das Image des Schuhlabels in Stein gemeißelt: Unabhängigkeit, Freiheit und Spaß steht an oberster Stelle. Buffalo Schuhe etablieren sich zum Symbol für ein neu gefundes weibliches Empowerment und für die von den Spice-Girls iniziierte „Girl Power" Revolution. Die robuste Form und der Unisex-Appeal entfernen sich vom klassischen, altmodischen und klischeehaften Bild der Frau. Weiblichkeit erlangt eine neue Definition: unabhängig, selbstbestimmt und frei!

Kollaborationen mit der Modewelt: Schuhe & Stiefeletten für Stars

20 Jahre später erlebt das klobige Schuhwerk ein Revival. Seit 2017 werden die ausgewählten „Buffalo Classics" Monat für Monat in neuen limitierten Editionen veröffentlicht. Nennenswerte Kollaborationen zeigen die Relevanz in der Modewelt auf. So hat Buffalo Shoes mitunter mit vielen Designer*innen, Labels, Influencer*innen und Magazinen wie etwa Marina Hoermanseder, dem Fashion Magazin 032c oder Puma kollaboriert. All diese Kollaborationen zeigen wie groß das Fashion Potenzial dieser Schuhe ist und inwiefern sich Buffalo Shoes seinen Weg zu einem der Vorreiter in der Schuhindustrie erkämpft hat. Mit Erfolg!

Schuhe & Sneaker: mehr als nur klobige Turnschuhe

Buffalo Shoes und klobiges Plateau-Schuhwerk. Punkt. Was viele nicht wissen, ist, dass Buffalo Shoes über die Produktion von Turnschuhen und chunky Boots hinausgeht. Neben den ikonischen Plateau-Sneakern zählen auch elegantere Designs zum Sortiment des Labels. Von eleganten Ankle Boots über Chelsea Boots in Lackoptik bis hin zu High Heels in Animalprint – Buffalo Shoes hat eine Schuhwelt geschaffen, in welcher jede Frau zu träumen vermag. Überzeuge dich selbst!

Taschen: Handtaschen, Belt-Bags & Rucksäcke von Buffalo

Die Kundschaft kann sich hier einem niedrigeren Preissegment erfreuen. Niedriger Preis, bedeutet jedoch nicht weniger Style und Qualität. Das Taschensortiment reicht von klassischen Clutches mit edgy Twist über trendige Bauchtaschen bis hin zu praktischen aber nicht minder stylischen Umhängetaschen.„Buffalo Classic“: klobige Kultschuhe in den 90er Jahren

Ikonische Produkte und Specials in der Buffalo-Welt

Buffalo Shoes hat seit seiner Lancierung zurück in den 70er Jahren unterschiedliche Karrierehöhepunkte verzeichnen können. Dementsprechend haben ikonische Artikel einen Kultstatus erlangt. Buffalo Shoes steht für ein innovatives, vorbildliches und revolutionäres Denken. So geben sie sich nicht mit dem Erfolg von „alten“ Klassikern zufrieden. Sie passen sich dem Zeitgeist an und kreieren eine vegane Schuh-Linie, ganz im Sinne der Nachhaltigkeit und der Moral.

Vegane Schuhe: It-Piece im 21. Jahrhundert

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Umwelt ist ein nicht mehr wegzudenkendes Thema in den Medien. So war es an der Zeit, dass auch Buffalo erste Schritte in diese Richtung wagt. Die Kultschuhe des Labels bekommen ein Make-Over – nicht den Style-, aber die moralischen Werte betreffend. Dank innovativem Denken und einem professionellen Designteam erstrahlen die neuen Sneaker in veganer Lederoptik.



SKECHERS

SPORTSWEAR, SCHUHE UND GESCHICHTE

Skechers – Bunt, bunter, Skechers. Seit der Gründung des Labels 1992 bahnt sich Skechers mit bunten, plakative Designs und ausgefallenen Formen seinen Weg an die Spitze. Aktuell ist die Schuhmarke mehr denn je im Trend. Komfort wird bei Skechers durch ergonomische Sohlen groß geschrieben und mit modernen Designs vereint. Genauso wie Adidas, Under Armour und Nike zählt die Modemarke zu den erfolgreichsten der Welt. In dem Artikel stellen wir dir die Top 3 Sneaker von Skechers vor. Außerdem: Fakten über das Brand und Reviews.



Fakten zur Sportmarke

Zu Beginn Fakten zur Geschichte des Unternehmen. Im Jahre 1992 wurde die Marke Skechers von Robert Greenberg und Michael Greenberg gegründet, wessen Sitz sich in Manhattan Beach, Los Angeles befindet. Der Gründer Robert Greenberg ist der jetzige CEO des Unternehmen. Im Jahr 2018 machten sie einen Umsatz von rund 4,64 Milliarden US Dollar. Die Zahl der Mitarbeiter betrug laut letzten Stand rund 9.200. Das Unternehmen Skechers ist einer der größten Produzenten von Schuhen und Sportmode auf der Welt.

Skechers, der Schuh der sein Comeback feiert

Anders wie viele andere große Schuhhersteller wie Adidas, Nike und viele mehr produziert Skechers hauptsächlich Schuhe. Wo hat man den Skechers Schuh schon gesehen? Der Gigant verkauft seine Schuhe bei Händlern wie Deichmann, Görtz, Karstadt, Sportscheck, Runners Point, Roland, Galeria Kaufhof und vielen weiteren Geschäften. Die Marke geriet in Vergessenheit – aber jetzt ist sie wieder zurück mit diesen coolen Sportschuhen. Der Skechers Sneaker Low ist der für die Marke charakteristische Sneaker – Ein Klassiker in weiß, der sein Comeback feiert.

Modernes Design: Skechers D'Lites

Neues Design, neues Modell ein komplettes Upgrade. Skechers katapultiert sich mit den Skechers D'Lites wieder in die Herzen der Sneaker-Liebhaber. Das klobige Design und der Dad Trainer Look stoßen auf eine Menge Fans. Nun wird der neue Skechers auch in den modernen Sneakergeschäften wie JD Sports und Side Step verkauft. Sie erholt sich der Sneaker Hersteller und tritt aus der Vergessenheit. Vor allem in Asien wird der Schuh zum Kult und jeder muss ihn haben. Viele Influencer und Fashionistas, sowie Modebewusste Menschen setzen den Schuh gekonnt in Szene.

Skechers Bestseller Sneaker

Und kaum ist der Skechers D'Lites aus den Munden und Gesprächen der Leute, setzt Skechers einen drauf und bringt eine verbesserte Version des Kult Schuhs raus. Mehr Details, kleine Feinheiten die das Modell zum Bestseller machen.

Skechers Sandalen, Fell & Reifengrip

Bunt, bunter, Skechers. Seit der Gründung des Labels 1992 bahnt sich Skechers mit bunten, plakative Designs und ausgefallenen Formen seinen Weg an die Spitze. Skechers setzt sich außerdem für notdürftige Tiere und Menschen aus aller Welt ein, was Skechers so sympathisch macht und einen gr0ßen Beliebtheitsgrad der Marke schafft. Im folgenden Artikel werden dir die wichtigsten Kollektionen von Skechers vorgestellt.







Fotograf: Oliver Rudolph
Model: Maggie Soler

FASHION SHOW

LAUFSTEG & CATWALK TIPPS FÜR MODELS

Du bist noch kein Profi auf dem Laufsteg? Dann sieh dir unsere Tipps für den Catwalk an! Von übermäßig großer Bedeutung ist eine aufrechte Haltung. Du solltest in der Lage sein ein Buch auf deinem Kopf zu balancieren. Ziehe deine Schultern zurück und drücke dein Becken ein wenig nach vorne. Achte darauf, dass du dich nicht zu sehr nach hinten lehnst. Wenn du den ersten Schritt auf dem Catwalk zurücklegst, dann solltest du immer mit deinem Fußballen als erstes auftreten. Fast so als würdest du schleichen wollen. Dies sieht um einiges eleganter aus als wenn du als erstes mit den Hacken auftrittst.

Lauf mit Schwung und Charakter: Finde deine Balance

Wichtig ist, dass du einen Fuß vor den anderen setzt. Das solltest du dir wirklich wortwörtlich zu Herzen nehmen. Dein Gang sollte einen Zickzack formen. Somit bekommst du auch den nötigen Schwung, der deinen Walk erst charakteristisch erscheinen lässt. Deine Schritte sollten groß sein, jedoch solltest du keinen Spagat machen. Denke auch immer daran deine Hüfte mitzuschwingen. Bewege deine Arme und Hände immer schön gleichmäßig. Es sollte nicht aussehen als hättest du zwei steife Arme.

Der Fokus auf dem Laufsteg

Dein Blick sollte sich dem Stil deiner Kleidung anpassen. Versuche mit deinen Augen zu lächeln und halte dein Kinn immer gehoben. Halte den Kopf immer gerade und ruhig. Am Ende des Laufstegs kommt für gewöhnlich immer die Drehung. Stelle dabei deinen linken Fuß vor und pausiere für ein paar ganz kurze Beats der Musik. Deine Schultern und Füße solltest du seitlich drehen, während dein Kopf immer noch nach vorne zeigt und du über deine Schultern blickst. Nach der Pause, drehe deinen Fuß in die entgegengesetzte Richtung zurück und beginne mit dem vorderen rechten Fuß zu laufen. Erst zum Schluss drehst du dein Gesicht von den Zuschauern weg. Aber das allerwichtigste ist, dass du versuchst deinen

Charakter in deinem Walk mit einzubringen. Und du solltest dich selber immer sehr attraktiv finden. Denn erst wenn du selbst von dir überzeugt bist, kannst du auch die Zuschauer von dir überzeugen.

Wenn du noch nicht gut auf hohen Schuhen laufen kannst, dann wirst du es mit etwas Übung schnell lernen. Mein ultimativer Tipp, der dich vor dem ausrutschen auf dem Catwalk bewahrt, überschütte die Sohlen deiner Higheels mit etwas Limonade oder Cola. Deine Sohlen fangen nach kurzer Zeit an zu kleben und du wirst sicher über den Laufsteg stolzieren.

Schau dir Laufstegvideos von wirklich guten Models an oder besuche die Fashionshows gleich selbst.

Lass dich von deinen Freunden beim Laufen und Posen filmen. Du kannst dir die Videos dann anschauen, dabei siehst du selbst, was du an dir noch korrigieren musst.

Es ist nicht schlimm wenn du mal stolperst aber du solltest würdevoll wieder aufstehen und weiter gehen. Auch in solchen stressvollen und peinlichen Situationen solltest du professionell und selbstbewusst bleiben.

Versuche mit deinen Augen zu lächeln (Smize: Smile with your eyes).



C

Bei einer Modenschau werden auf dem Laufsteg, der auch Catwalk genannt wird, die neuen Kollektionen eines Designer von Models vorgeführt. Dabei wird zwischen Haute Couture Mode und Pret-a-Porter Mode unterschieden. Haute Couture stammt aus Frankreich und bedeutet wörtlich übersetzt gehobene Schneidekunst. Im Mode Jargon werden so extravagante, individuelle und hochwertige Mode-Kreationen eines Designers Haute Couture genannt.

Pret-a-Porter Mode & Laufstil auf der Modenschau

Die Haute Couture Modestücke eines Designers sind die Glanzstücke eines Designers, sie sind nicht alltagstauglich, Haute Couture ist wahre Kunst, die Models auf dem Catwalk präsentieren. Haute Couture dient dem ganz besonderem Auftritt. Umso wertvoller die verwendeten Materialien sind, umso höhe liegt der Preis. Eine Grenze gibt es nicht.

Im Gegensatz zu Haute Couture gibt es Pret-a-Porter Kollektionen. Pret-a-Porter Mode kommt ebenfalls aus Frankreich und heißt „bereit zum Tragen", also eine Mode, die im Alltag getragen werden kann. Die Mode-Kollektionen gibt es im Einzelhandel, zum Beispiel auch bei Kaufhausketten, zu kaufen.

Die Designer haben die Stücke nicht nur als Kunstobjekt für den Laufsteg kreiert, sondern die Mode-Kollektionen sollen an den Mann oder die Frau kommen. Der Preis ist unterschiedlich, es kommt auch hier zu Preisunterschieden, jedoch liegt der Preis im durchschnittlichen Bereich in der Mittelklasse und ist bezahlbar. Mitbegründer dieser Art Modelinie ist Pierre Cardin.

Was ist Pret-a-Porter genau?

Pret-a-Porter Mode, auch Ready-to-Wear Mode genannt, bezeichnet die konfektionierte, also nicht maßgeschneiderte, Mode-Kollektionen der Designer und Labels. Konfektionierte Mode ist solche, die wir im Einzelhandel in verschiedenen, festgelegten Größen in den Regalen finden. (Beispiel Größe 38 oder M) Früher war die Mode-Industrie bei den ersten Catwalk-Präsentationen von Designer-Pret-a-Porter Kollektionen entsetzt – nicht maßgeschneidert = nicht exklusiv!

In der heutigen Zeit ganz normal – bei den Fashion Weeks auf der ganzen Welt werden die Pret-a-Porter Kollektionen der Designer bestaunt und gefeiert. Für die Designer selbst sind die Pret-a-Porter Kollektionen neben der Haute Couture enorm wichtig, denn die Ready-to-Wear Mode kurbelt das Marketing der Designer enorm an. In der Öffentlichkeit bildet das Label sein Image und setzt Trends, die wirklich getragen werden können!

Natürlich finden sich auch unter den Pret-a-Porter Kollektionen Mode-Highlights, die nur sehr mutige Fashionistas WIRKLICH auf der Straße tragen – auch hier gilt: Der Designer will auffallen, im Gespräch und im Gedächtnis der Mode-Fach-Leute bleiben.

Woher stammt Pret-a-Porter?

Yves-Saint-Laurent sorgte in den 60-er Jahren als einer der ersten bekannten Designer auf dem Catwalk mit seiner Pret-a-Porter Kollektion für Aufsehen. Aber wer „erfand" Pret-a-Porter? Der italienische Designer Pierre Cardin entwickelte die Mode-Art Pret-a-Porter. Hier findest du eine typische Kollektion der Labels.

Pierre Cardin – Sein Weg zum Designer von Pret-a-Porter Mode

Pierre Cardin wurde 1922 in Italien geboren. 1945 wechselte er seinen Wohnort von Italien nach Frankreich, Paris. Seine Karriere in der Mode-Branche begann er als Modezeichner bei Paquin. Er entwickelte die Kostüme für den Film „Die Schöne und das Biest". 1947 zog es den talentierten Italiener zu dem Designer-Label „Dior". Drei Jahre später startete er mit seinem eigenen Label und entwickelte Pret-a-Porter Mode. 1953 erschien seine erste Modekollektion für Damen, 1957 folgte die Herren-Kollektion.

Die Saisons von Pret-a-Porter Mode weltweit

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, sowohl etablierte Designer, als auch gefeierte New Comer, zwei Mal im Jahr zu den entsprechenden Saisons Anfang und Mitte des Jahres statt.

Exkurs: Die Zwischen-Saisons

Nur zwei Mal im Jahr, also alle sechs Monate, Mode auf den Runways der Mode-Metropolen? Undenkbar – das hält doch keiner aus! Genau. Deswegen gibt es neben den Hauptsaisons, tadaaa, verschiedene Zwischen-Saisons.

Resort – Modekollektionen

Im Februar hängen regulär die neuen Pret-a-Porter Stücke der Designer in den Läden. Schon im November beginnt bereits die Zwischen-Saison für Ressort-Mode. Da kann sich jeder Mode-Fan schon auf den Sommer freuen und die neuen Trends erahnen.

Cruise – Modekollektionen

Cruise, wie der Name schon erahnen lässt, handelt es sich um Mode-Kollektionen für die reisewütigen Mode-Fans. Cruise ist eine Unterkategorie der Resort-Mode, spezialisiert auf Jet-Set Kunden, die dem Winter entfliehen und auch im Dezember in der Sonne braten. Früher war dies besonders für die reichere Gesellschaft typisch, die während der Winter-Monate gerne Kreuzfahrten in wärmere Regionen machten. Daher auch der Name „Cruise" in Anlehnung an „Kreuzfahrt". Heute zählt „Cruise" zu der Ressort Kollektion, es wird kaum mehr unterschieden.



Pre-Fall – Modekollektionen

Das Gegenstück zur eher sommerlichen Pret-a-Porter Resort-Kollektion, ist die herbstlich-winterliche Pret-a-Porter Pre-fall Kollektion. Diese kommt im Juli in die Geschäfte. Die Kunden erfreuen sich an neuen Designs für Herbst und Winter, meist noch aus leichteren Stoffen.

Capsule Collection Mode

Capsule Collection, eine Kollektion, die sich keiner Saison wirklich zuordnen lässt. Die „zeitlose" Pret-a-Porter Mode des Jahres. Diese Kollektionen werden auch Special Editions genannt und erscheinen unerwartet und nicht regelmäßig.

Haute Couture auf der Modenschau – was ist das genau?

Haute Couture (= gehobene Schneiderkunst) ist die „High Society" der Mode-Kollektionen von Designern. Der Begriff stammt aus Frankreich und bezeichnet die gehobenen Designs der Mode-Designer aus der Top-Riege. Wer zu dem Kreis der Haute Couture Designer, wie Chanel, Dior oder Ellie Saab, gehört, entscheidet der französische Modeverband „Chambre Syndicale de la Haute Couture".

Die Designer, die auch als „Couturiers" bezeichnet werden, müssen sich an „strenge" Regeln halten, um ihren Platz in der Haute Couture verteidigen zu können. Der französische Modeverband setzt Vorschriften und Vorgaben fest, damit die Riege der Couturiers exklusiv bleibt. Aufwendige, extravagante und in der Realität kaum tragbare Mode, besonders handgearbeitete, kostbare und luxuriöse Kleider zählen zur Haute Couture. Eine weitere Besonderheit der eindrucksvollen Roben: Feinste Handarbeit!

Solch ein „Unikat" kann sich natürlich kaum einer leisten, nur ein sehr ausgewählter, enger Kreis der Reichen zählt sich zum Kundenstamm für Haute Couture Mode. Der Preis für eine Haute Couture Robe ist schwindelerregend hoch. Einer der wenigen Orte abseits des Catwalks, an dem man Haute Couture Mode bestaunen kann, ist der rote Teppich von sehr exklusiven Veranstaltungen, wie die Oscar-Verleihung.

Im Gegensatz zu den reinen „Kunst-Objekten" der haute Couture vergangener Jahre, sind einige Roben, Kleider und mittlerweile auch Hosen, für gehobene Veranstaltungen durchaus „tragbar".

Woher stammt Haute Couture Mode eigentlich?

Haute Couture stammt aus dem Frankreich Mitte des 19. Jahrhunderts. Charles Frederick Worth bot als erster und damit als sogenannter Gründervater, maßgeschneiderte und handgefertigte, exklusive Mode nach seinen eigenen Designs an. Bis dahin wurden Maßanfertigungen ausschließlich nach Wunsch des Kunden gefertigt. Worth schaffte einen Umschwung in der Mode-Industrie.

Im Anschluss daran schloss sich der Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne zusammen, ein Komitee welches sich heute als Modeverband bezeichnet und noch immer die Regeln in Sachen Haute Couture festlegt. Nur wenn die Kollektion eines Designer-Labels von diesem Komitee abgesegnet wird, darf der Desiger seine Haute Couture Linie auch unter diesem Genre, auf den Couture-Schauen der Fashion Weeks präsentieren.

Alta Moda – die Haute Couture aus Italien

Die italienische Schwester der französischen Haute Couture ist die sogenannte „Alta Moda". Im Gegensatz zu dem Begriff „Haute Couture" ist der Begriff „Alta Moda" nicht geschützt und darf unter den Designern frei verwendet werden. Neben Mailand, finden auch in Florenz oder Rom Alta Moda Schauen statt, es gibt keinen festen Zeitplan und keinen festen Ort für diese Modenschauen.

Das weltbekannte Luxus-Designer-Duo von Dolce & Gabbana präsentiert ihre Alta Moda-Kollektionen in Mailand, in Rom präsentieren neben etablierten Designer auch neue Talente ihre Kollektionen während der Modewoche einem breiten Publikum.

Modenschau – Verschiedene Walk-Stile zur Präsentation von Mode

Zwei wichtige Laufstile prägen den Catwalk auf Modenschauen. Die Benennung ist unterschiedlich und abhängig vom Choreograph. Grob werden die die Laufstile in folgende zwei Sparten eingeteilt.

Pret-à-Porter – Casual-Walk für Models

Der Casual-Walk ist, passend zu den Kollektionen, lockerer als der Design-Walk. Die Models dürfen leicht die Hüften schwingen, der Oberkörper und der Blick müssen nicht starr sein. Auf dem Gesicht der Models liegt ein freundliches, motivierendes Lächeln. Am Ende des Catwalks findet ein Posing statt. Die Models suchen den Blick-Kontakt zum Publikum. Ein Zwinkern, ein Luftkuss oder ein sexy Lächeln sind erlaubt und erwünscht.

Haute Couture – Fashion/ Design-Walk der oberen Klasse

Beim Design-Walk fungieren die Models wirklich als Mannequins, sprich: Es geht nur um das Outfit. Der Blick der Models ist starr nach vorne gerichtet, keine Miene wird verzogen, kein Blick-Kontakt findet statt. Die Schultern werden nach hinten gezogen, das Becken geht nach vorne. Die Models versuchen ihren Oberkörper beim Laufen nicht zu bewegen. Am Ende des Catwalks findet kein Posing statt. Das Model soll nicht von der Kollektion des Designers ablenken, diese steht absolut im Mittelpunkt.



Fotograf: Oliver Rudolph
Model: Maggie Soler



MICHAEL KORS

DESIGNER TASCHEN, UHREN & KETTEN

Michael Kors – Der US-amerikanische Modedesigner ist vor allem für seine Taschen populär geworden. Mit seinen sportlich eleganten Kleidungsstücken hatte der Designer seit Tag 1 großen Erfolg. Die Kombination aus zeitlosem chic, der zugleich elegant und einfach ist findet weltweit Millionen von Verehrer. Genauso wie Louis Vuitton, Gucci und Guess zählt die Modemarke zu den erfolgreichsten Luxusmarken der Welt. Auch unter den großen Stars und Supermodels wie Bella Hadid ist Michael Kors begehrt. Prominente wie Jennifer Lopez, Kate Middleton, Kate Hudson und Angelina Jolie tragen alle seine Designs. Supermodels wie Naomi Campbell liefen schon für die Brand. Alles wichtige zur Geschichte und Aktuelles über das Fashion Brand, hier!

Michael Kors: Vom Werbegesicht zum Modedesigner

Schon als Kind spielte Michael Kors in zahlreichen Werbespots mit, da seine Mutter sich für ihren Sohn eine Karriere im Showgeschäft wünschte. Michael jedoch entschied sich dagegen und fing ein Modedesign Studium an, dass er aber nicht beendete, da er vor Antritt seines Studiums in einer Modeboutique jobbte und in dieser später seine erste selbst entworfene Damenkollektion verkaufte. Mittlerweile verkauft der Preisgekrönte Designer Damen- und Herrenmode, Accessoires, Schuhe und Parfums.

Taschen: Handtaschen, Rucksäcke und Bauchtaschen

Für schicke, elegante und gleichzeitig schlichte und zeitgemäße Taschen, mit denen du einen Trend setzt, ist die Marke bekannt. Welche Frau nennt nicht gerne eine Michael Kors Handtasche ihr eigen? George Clooneys Ehefrau und Anwältin beweist es. Sie trägt die Handtasche der Modemarke im Alltag.



Amal Clooney liebt Michael Kors Handtaschen

Äußerst beliebt sind die Handtaschen von Michael Kors. Die Bancroft Taschen sind besonders gefragt, denn sie eignen sich für alle Lebensbereiche, da sie schön geräumig sind. Sei es als Freizeittasche, Reisetasche oder einfach als Tasche für die Arbeit. Die Tasche ist ebenfalls in verschiedenen Farben und Formen erhältlich, sodass für jede Persönlichkeit die passende Version der Handtasche dabei ist. Sogar Amal Clooney, die Ehefrau von George Clooney, die von Beruf Anwältin ist, verwendet die Bancroft Bag für ihre Arbeit.

Trendige Rucksäcke: Nieten, Logo und Prints

Für Personen mit einem lässigeren Kleidungsstil hat Michael Kors ebenfalls Rucksäcke im Angebot. Am beliebtesten sind die Mini Rucksäcke, die ganz locker über die Schultern oder am Handgelenk getragen werden können. Vor allem der Rucksack mit den Nieten ist sehr begehrt. Die Rucksäcke sind in den folgenden Farben erhältlich: Schwarz, Grau, Braun, Beige und Rot. Einige der Rucksäcke sind schlicht und einfarbig andere sind mit dem Michael Kors Monogramm Muster versehen.

Praktisch und Stylisch: Michael Kors Bauchtaschen

Auch die Bauchtasche von Michael Kor ist sehr gefragt. Die vielfältige Tasche kann klassisch um die Hüfte getragen werden, aber auch als Schultertasche oder als Umhängetasche getragen werden. Die luxuriösen Gürteltaschen sind in den unterschiedlichen Formen: Oval, eckig und in der typischem Bauchtaschenform erhältlich. Außerdem sind die Bauchtaschen in den Farben Rosa, Beige, Schwarz und Grau zu bekommen.

Die angesagten Uhren von Michael Kors

Uhren sind ein großer Bestandteil der Accessoires des Labels. Durch die Digitalisierung wird das Leben vereinfacht und alles bequemer gemacht. Auch Michael Kors springt auf den Zug der Digitalisierung auf, indem er Smartwatches auf den Markt bringt. Mit Hilfe der Smartwatches werden dem Besitzer zusätzlich zu der Uhrzeit eingehende Nachrichten, E-Mails, Anrufe und die neuesten Nachrichten angezeigt. Zudem helfen Features der Uhr wie Aktivitätstracking dabei helfen die Herzfrequenz zu beobachten und messen die Anzahl der Schritte, die zurückgelegte Strecke und den Kalorienverbrauch.

Schicke Accessoires: Ketten, Ohrringe und Armbänder

Neben exklusiven Taschen und Schuhen designet Micheal Kors im Rahmen seiner Kollektionen neben Uhren auch weitere Accessoires wie Armbänder, Ohrringe und Ketten. Der in Gold, Rose Gold und Silber gehaltene Schmuck des Luxuslabels. Er ist sowohl schlicht als auch super luxuriös, aber eignet sich trotzdem super für den Alltag.

Die beliebte Herzkette von MK

Die bezaubernde Kette mit dem süßen Herzanhänger, in dessen Mitte das typische MK-Logo präsentiert wird, ist mit weißen Zirkonia Edelsteinen verziert und in den Farben Gold, Rose Gold uns Silber erhältlich. Die Ketten bestehen aus Sterlingsilber und wurden anschließend noch einmal eingefärbt, sodass die Ketten hochqualitativ sind und lange haltbar sind. Der Federringverschluss sorgt für einen einfachen und sicheren Verschluss.

Michael Kors trendige Ohrringe in Roségold

Die runden Ohrstecker bestehen aus Sterlingsilber und sind mit funkelnden Zirkonia Edelsteinen besetzt und in den Farben Gold, Silber und Rose Gold erhältlich. Im Zentrum der Ohrstecker ist wieder das Michael Kors Logo zu sehen, welches den Ohrringen zusätzliche Schönheit verleiht.

Bella Hadids Lieblingsschmuck: Armband und Ringe

Der Armreif mit den Michael Kors Logoinitialen in der Mitte ist umgeben von einem Heiligenschein aus Zirkonia Kristallen. Es ist aus Sterlingsilber gefertigt und mit einer hochglänzenden Beschichtung versehen. Den Armreif gibt es ebenfalls in drei Farben: Gold, Silber und Rose Gold.

Bella Hadid trug sowohl zwei der „14K Gold-Plated Sterling Silver Pave Logo Curb Link Bangle" Armreif als auch zahlreiche „Precious Metal-Plated Sterling Silver Pave Curb Link Ringe" in ihren auf Instagram geteilten Bildern und zog mit diesem Look alle Blicke auf sich.



Michael Kors Schuhe: Espadrilles und Boots

Die Espadrilles gehören zu den beliebtesten Schuhen von Michael Kors. Die aus Stroh geflochtene Sohle des Schuhs ist ebenfalls bei einigen Sandalen von Michael Kors zu sehen. Der atmungsaktive Trendschuh ist der perfekte Schuh für den Sommer und super praktisch, da man ganz einfach in diese Schuhe hineinschlüpfen kann. Trotz dessen, dass die Schuhe super bequem sind, sind sie super stylisch und können sie jedem Outfit einen sommerlichen Touch verleihen. Die Sommerschuhe gibt es in verschiedenen Ausführungen, unterschiedliche Farben, offen, geschlossen und mit mehr oder weniger hohen Sohlen. Die berühmte US-Schauspielerin Jennifer Aniston ist ebenfalls ein Fan der Michael Kors Espadrilles.

Auch die Boots von Kors stehen bei der Beliebtheit-Skala der Kunden ganz oben. Besonders der „Tatum Boot" ist sehr begehrt. Die Schnürstiefel besitzen Reißverschlüsse an den Seiten und sorgen für ein einfaches An- und Ausziehen der Schuhe. Die Gummisohle sorgt für rutschfesten Halt bei Regen und Schnee. So eignen sich die Stiefel sowohl für den Sommer in Kombination mit Minikleidern, als auch für den Winter.

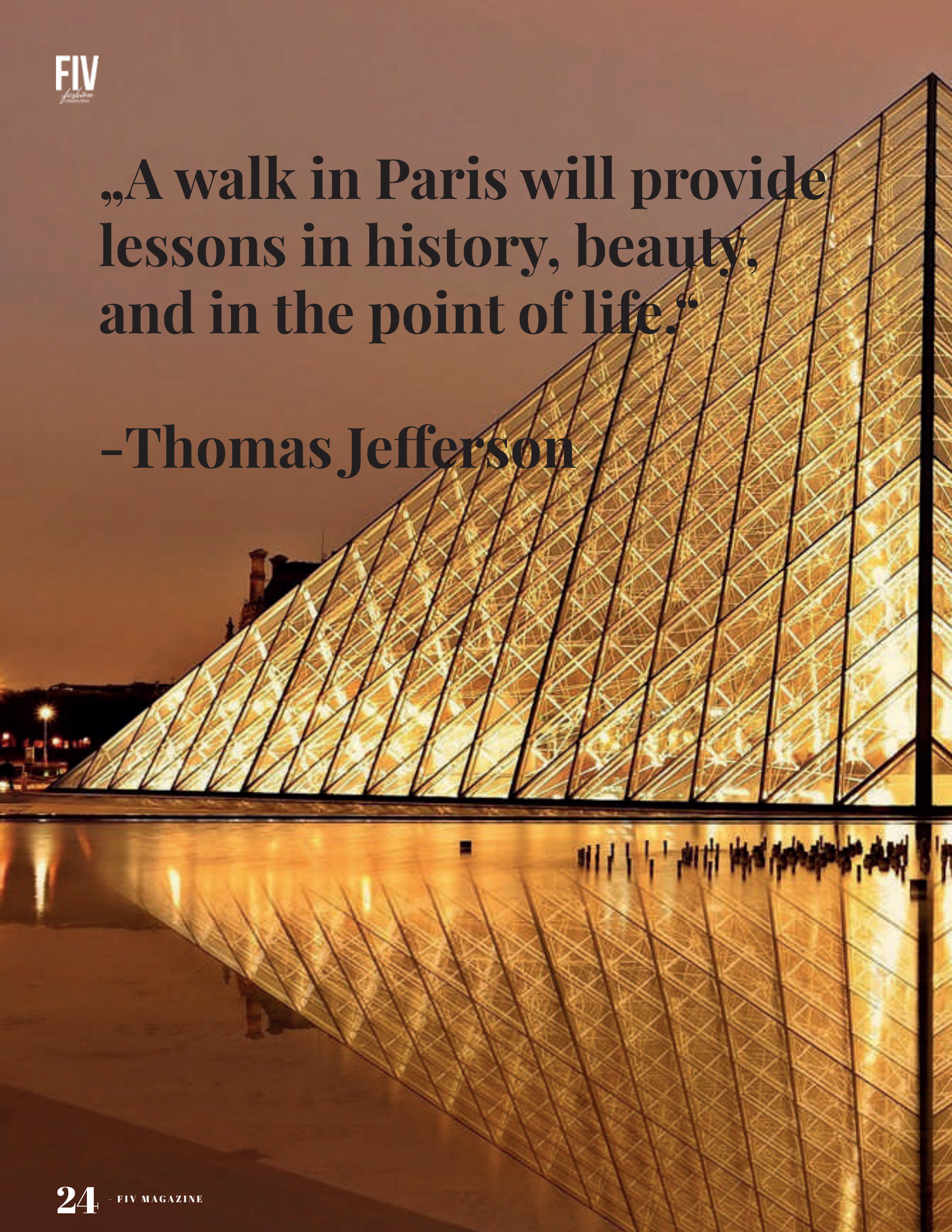
Michael Kors modische Winterjacke

Wärmende und gefütterte Jacken für die kalten Wintertage kommen in diversen Längen, Farben, Materialien und Mustern in Kors Kollektionen vor. Die Winterjacken und Wintermantel, welche für Damen, Herren, Kinder und Babys erhältlich sind, eignen sich perfekt, um ein stilvolles Statement zu setzen, wenn Sie der Kälte entliehen.

Modenschau in Manhattan

Zu dem 40. Jubiläum veranstaltet Michael Kors eine extraordinäre Modenschau. Die Models laufen Abends anstatt über den klassischen Laufsteg durch die Straßen Manhattans in New York. Die Straßen wurden von den zahlreichen Lichtern der Geschäften und Schildern in bunten Farben beleuchtet, was der ganzen Atmosphäre der Modenschau einen typisch New Yorker Stimmung verleiht. Die Kollektion selbst hat ebenfalls diesen klassischen New Yorker Vibe, wodurch der typische amerikanische adrette Stil hervorgehoben wird.





„A walk in Paris will provide lessons in history, beauty, and in the point of life.“

-Thomas Jefferson



LONGCHAMP

LUXUSTASCHEN & GESCHICHTE DER PARISER MODEMARKE

Longchamp – Wenn es um die Marke Longchamp geht, denkt man zuerst an die besonders begehrte Taschen, Shopper, Rücksäcke, alle Formen und Arten von Taschen der Marke. Longchamp Paris steht für hochwertige Taschen wie die Luxusmarken Stella McCartney, Prada und Michael Kors. Hier liest du alles über die beliebtesten und schönsten Kollektionen der Marke und erfährst mehr über die Geschichte der französischen Luxusmarke.

Vom Pfeifen Hersteller zur Luxusmarke für Taschen

Die Mansion Longchamp wurde 1948 von Jean Cassegrain gegründet und konzentrierte sich erst einmal auf das Produzieren und den Verkauf von mit Leder bezogener Pfeifen. Im Lauf der Zeit wurde das Sortiment um Reiseaccessoires, Taschen, Schuhen und Kleidung. Das Label ist ein Familienunternehmen und bis heute in de Hand der Familie Cassegrain. Mit ihrem Modell Le Pliage schaffte es die Marke sich international als Luxus Taschenmarke zu etablieren.

Taschenkollektionen der Marke

Die Taschenkollektionen der Marke bestehen aus einzigartigen Taschen, die von höchster Qualität sind. Das Sortiment enthält Umhängetaschen, Shopper, Schultertaschen, Rucksäcke und vieles mehr. Vor allem die Le Pliage ist eine Tasche, die aus der Modewelt gar nicht mehr wegzudenken ist.

Le Pliage: Die Kulttasche des Labels

Die Le Pliage ist die wohl bekannteste Tasche der Marke und gleichzeitig ihr Aushängeschild: Die Tasche kam 1993 auf den Markt und hat bis heute Kultstatus erreicht, da die Tasche zu den wohl berühmtesten Taschen der Welt zählt. Sie ist in unterschiedlichen Farben, Größen und Modellen verfügbar und es werden oft neue Special Editons herausgebracht. Das besondere an der Tasche ist, dass man sie super klein falten kann, denn sie ist von einem Origami inspiriert. Besonders beliebt ist auch die Le Pliage Signature Kollektion, die Kunden die Möglichkeit bietet ihre Tasche zu personalisieren. Der Shopper ist durch seine langen Henkel und seiner Größe, die perfekte Tasche für den Alltag. Hier passen alle wichtigen Dinge rein!

Longchamp 1980: Der neu aufgelegt Klassiker

Sophie Delafontaine, die Enkelin des Longchamp Gründers, entschied sich dazu 2020 ein wahren Klassiker wiederzubeleben und brachte eine neue Kollektion der Longchamp 1980 heraus, die sie selber schon als Kind trug. Sie ist inzwischen Chef Designerin des Luxuslabels und stellte ihre Designs schon auf der New Yorker Fashion Week vor. Die Tasche verbindet Vintage mit Moderne und ist eine Neuinterpretation des Klassikers: Die Umhängetasche ist perfekt als täglicher Begleiter, denn sie ist sowohl funktionell als als auch stylish. An der Schnalle befindet sich der Schriftzug Longchamp, ein schönes Detail der Kulttasche.

Auch Stars wie Fashionista Alexa Chung lieben Longchamp!

Die Marke findet auch große Beliebtheit bei Promis wie Mode Bloggerin Alexa Chung, die nicht nur privat total Longchamp Fan ist und die Marke gekonnt zu ihren Street Style Looks kombiniert, sondern auch schon für eine Kampagne für Longchamp vor der Kamera stand. Aber auch Emily in Paris Star Lily Collins setzt auf eine personalisierte Le Pliage Signature um ein modisches Statement zu setzten!

Erfolgreichste Kooperation: Mit Supermodel Kendall Jenner

Die Marke Longchamp ist auch beliebt bei Stars und Supermodels. Topmodel Kendall Jenner steht für die neuste Kampagne von Longchamp vor der Kamera und macht dabei eine tolle Figur. Für eine erfolgreiche Luxusmarke wie Longchamp vor der Kamera zu stehen ist für alle, die Model werden wollen, ein absoluter Traum. Wenn man Model werden möchte und für erfolgreiche Marken wie Longchamp oder Givenchy über den Laufsteg laufen will oder für eine Kampagne vor der Kamera stehen will, sollte man am besten so früh wie möglich, z.B. mit 15 Jahren mit dem Modeln starten.



TED BAKER

TASCHEN, ERFOLGSGESCHICHTE & BELIEBTESTE PRODUKTE

Ted Baker gilt heute als eine internationale Luxus-Marke. Mit Sitz in Großbritannien ist die Marke vertreten für Herren sowie Damen, als auch für Kinder. Ihr Markenzeichen: Das üppige, verspielte und blumige Design. Ein Label, welches sich anfangs nur auf Herrenmode spezialisiert hat, und nun alles von Kleidung bis hin zu Taschen anbietet. Dass die Idee dieses Geschäfts Ray Kelvin während eines Angel-Trips gekommen ist, wissen nur die aller wenigsten. Doch wieso wurde das Label nicht nach seinem Erfinder genannt, und was war Ted Baker einmal früher? Das alles erfährt du hier!

Ted Baker – Eine britische Kultmarke

Das Label bietet Damen-,Herren- und Kindermode, sowie Accessoires, Kosmetik und weitere Lifestyle-Produkte an. Alles, was unter dem Namen Ted Baker hergestellt wird, verfügt über dieses ganz gewisse Etwas! Das Designer Label ist zum einen bekannt für seinen subtilen Humor, die unverwechselbare Verwendung von Farben und Mustern und vor allem für sein Engagement für hochwertige Handwerkskunst.

Die Entstehung des Mode Labels Ted Baker

Ray Kelvin machte sich im Jahre 1988 einst als Hemdenspezialist einen Namen. Humor, dass war schon immer Rays größte Stärke. Auch seine Mode kreierte der Designer damals so wie heute nach diesem Motto. Dies spiegelt sich in den prächtigen Mustern seiner Designerstücke und in seinem damaligen Ladenkonzept wieder. Heutzutage sind die bunten Taschen und blumigen Kleider dass, was man sich unter der Marke Ted Baker vorstellt.

Früher war Ray jedoch für etwas ganz anderes bekannt gewesen. Nachdem er für sein erstes Geschäft ein Wäscheservice für jedes gekaufte Hemd anbot, wurden die Leute auf ihn aufmerksam. 'No Ordinary Designer Label', nannte man Rays Hemdenmarke. Kunden gingen immer gerne zu dem Designer, da seine Persönlichkeit in das Geschäft mit einfloss. Seinen ersten Laden eröffnete Ray in Glasgow, Schottland, dicht gefolgt von der King Street, Manchester und der Nottingham Exchange Arcade. Ebenfalls besaß Ray von Anfang an ein Auge für Qualität, weshalb er viel Aufmerksamkeit fürs Detail bewies. Und dies lohnte sich! Obwohl der damals 33-jährige nie daran geglaubt hatte, dass sein Label jemals so berühmt werden würde, spürte er seinen Erfolg schnell und wurde zu einer der führenden Lifestyle-Marken im Vereinigten Königreich.



Ted Baker – Alter-Ego

Doch wieso taufte Ray sein Fashion-Label mit dem Namen Ted Baker? Den Namen Ted Baker hörte Ray erstmals in einer Konversation. Da er sich zu Beginn seines Labels nicht sicher war, ob dies nicht der totale Flop werden würde, entscheid er sich dafür, seinen eigenen Namen aus der Marke rauszuhalten. Der Designer sah diesen Namen als sein persönliches, ausgedachtes Alter-Ego an und hielt ihn für passend. Und all dies entstand bei einem Angel-Ausflug!

Rays einzigartige Marketing-Strategie

Werbung über das Fernsehen oder Plakate? Ted Baker benutzte nichts dergleichen, um seine Produkte an den Mann zu bringen. Mundpropaganda, das war der Schlüssel zu Rays Marketing-Strategie. Somit gab es originelle Konzepte und Werbegeschenke, die die Leute auf Ted Baker aufmerksam machen ließen. Da diese Strategie so damals nicht üblich war, verbreitete sich der Name der Marke rasant. Die Vergabe von „Paxo Stuffing" zu Weihnachten, Schokoladenhasen zu Ostern oder im Jahre 2006 besondere WM-Fußballkarten, sicherten Ted Baker den Erfolg. Ohne eine einzige Werbekampagne gelang es dem Designer, sich zu einem internationalen Fashion-Label zu entwickeln.

Ted Baker: Das Sortiment heute

Heute bietet die Marke eine breite Auswahl an Kollektionen an, darunter: Herren- und Damenbekleidung, Global, Endurance, Pashion, Langley, Accessoires, Düfte, Skinwear, Schuhe, Brillen, Handyhüllen und Uhren. Die britische Kollektion des Designers ist hauptsächlich für ihre originelle Optik bekannt. Großflächige Blumenmuster, Rüschen, Falten, Schleifen und Volants setzen die einzigartigen Produkte in Szene. Extravagant, zeitlos und klassisch – mit Ted Baker fällst Du auf!



Absolutes Highlight: Ein Statement Kleid

Von Statement-Midi Kleidern bis hin zu geblümten Skater-Styles rücken dich Teds Kleider stilvoll ins Rampenlicht. Ted Baker hat eine große Auswahl an verschiedenen Kleidern, somit ist für jeden Anlass das passende Kleid dabei!

Sonnenbrillen von Ted Baker

Ted Baker Eyewear ist genauso einfallsreich und originell wie die Modedesigns der Designermarke. Die Sonnenbrillen-Kollektionen bieten eine unvergleichliche Mischung aus aussagekräftigen Designs mit einer besonderen Formensprache, straken Farb-Akzenten und spielerischen Details.Perfekte Begleiter im Alltag: Taschen

Ob Clutches, Ledertaschen oder luxuriöses Gepäck, bei Ted Baker findest du garantiert die perfekten Begleiter, mit denen du immer stylisch unterwegs bist. Bei Ted Baker gibt es Aktentaschen, Reisetaschen, Rucksäcke und vieles mehr. Ein unverzichtbares Modeaccessoire: Cross Body Taschen! Das Modell Naomina von Ted Baker ist ein ganz klarer Hingucker. In dem ausfälligen rot Ton, ist sie perfekt um ein Basic-Outfit aufzupeppen. Lass dich von der Cross-Body Bag inspirieren!

Highlight: Make-Up Bag

Von femininen Blumenprints bis hin zu Zierschleifen aus Leder, die Kosmetiktaschen von Ted Baker sind nicht nur hübsch anzusehen, sondern bewahren zugleich all dein geliebtes Make-Up ordentlich auf. Besonders diese Make-Up Bag in rosa mit weißer Schleife ist ein absolutes Muss für Damen!

Handy Hülle im Zebra Look

Besonders die Handy Hüllen von Ted Baker werden immer wieder gerne gekauft. Mit trendigen und blumigen Designs zieht Ted Baker die Aufmerksamkeit auf sich. Die Handy Hüllen gibt es sowohl für Männer und Frauen, als auch für die neusten Modelle von Apple. Ob Blumen, Glitzer, schlicht oder auffallend – jeder wird fündig!

Im Sneaker-Himmel: Ted Baker Platform Sneaker

Teds Sneaker stechen mit bunten Prints und hochglänzenden Einsätzen besonders hervor. Das Sortiment bietet luxuriöse Sneaker, mit einer breiten Auswahl an Trendfarben. Perfekt für den Frühling und Sommer geeignet, der trendige Ted Baker Kellei Leather Lace up Platform Sneaker.

Anzüge: Performance

Adrett und anspruchsvoll – die Anzüge von Ted Baker. Die Performance Anzüge sind die ultimative Arbeitskleidung für den Gentleman, der immer auf dem Sprung ist. Grau, schwarz oder dunkelblau, wähle selbst deine passende Farbe aus.

Ehtische Grundsätze der Marke

Drei wichtige Grundsätze bestimmen das Label heute. Zum Einen, achtet Ted Baker sehr ihren Einfluss auf die Umwelt. Durch Reduzierung des Produktionsabfalls oder die Steuerung von nachhaltiger Verpackung und Transport, tragen sie einen großen Beitrag zur Verbesserung der Umwelt bei. Ebenso steht das Wohlergehen der Mitarbeiter sowie, der der Kunden im Vordergrund. Zu guter Letzt versucht Ted Baker den Fokus auf die Nachhaltigkeit ihrer Produkte zu legen, weshalb Qualität im Vordergrund steht, um die Lebensdauer aller Produkte zu erhöhen.

COACH

TASCHEN, UMHÄNGETASCHEN & RUCKSÄCKE

Coach – Die Modemarke ist genau so wie Valentino und Guess für seine modernen Luxusaccessoires und Handtaschen bekannt. Geprägt von einem rein amerikanischen Stils, nähert sich die Marke dem Design mit einer modernen Vision und interpretiert den Luxus für heute mit einer Innovation neu, die einzigartig für Coach ist. Auf der ganzen Welt steht der Name Coach für mühelosen New Yorker Stil. Erfahre in diesem Artikel alles über die Gründung des Labels und lerne die beliebtesten Produkte kennen, darüber hinaus erfährt du einiges über extravagante Modekollektionen und Kooperationen.

Wie wurde die Marke Coach gegründet?

Alles begann in einem kleinen Speicher in New York. Das amerikanische Ehepaar Lilian und Miles Cahn gründete das Unternehmen 1941 in New York. Zu beginn verkaufte Coach ausschließlich Portemonnaies und kleine Lederwaren. 1979 wurde Lew Frankfort zum Vice President of New Business Development von Coach ernannt. Durch ihn wurde die Modemarke erst richtig bekannt. Frankfort hat in wenigen Jahren das Einkommen der Marke verzehnfacht.

1985 wurde das Unternehmens verkauft und somit wurde Coach zur Tochtergesellschaft des Sara-Lee Konzerns und erlangte durch den Verkauf weitere große Erfolge. Es wurden weitere Boutiquen und eröffnet. Weitere Jahre später ging Coach an die Börse und wurde an Coach Inc. abgetreten.

Coach: Beliebte Taschen

Die verschiedensten Taschen für Damen und Herren findest du bei Coach. Für jeden Anlass, gibt es bei Coach die perfekt Tasche in den unterschiedlichsten Größen und Farben. Unter anderem zählen Gürteltasche, Handtasche, Umhängetasche und Rucksack zu dem Coach Sortiment. Auch Laptoptaschen und Handytaschen sind bei der amerikanischen Marke erhältlich.

Beliebte Mode und Kollektionen

Coach hat in der Vergangenheit beriets eine große Anzahl an Kollektionen und Kooperationen veröffentlicht. Dabei wird offensichtlich wie vielfältig die Marke eigentlich ist. Hier findest du einige der interessantesten Modekollektionen, die in unterschiedlichen Kollaborationen entstanden sind.

Jennifer Lopez x Coach

Die erfolgreiche Sängerin und Schauspielerin Jennifer Lopez hat bereits oft mit dem Label Coach zusammengearbeitet und einige Taschen in Kollaboration mit der Marke kreiert.

BAPE x Coach Kollektion

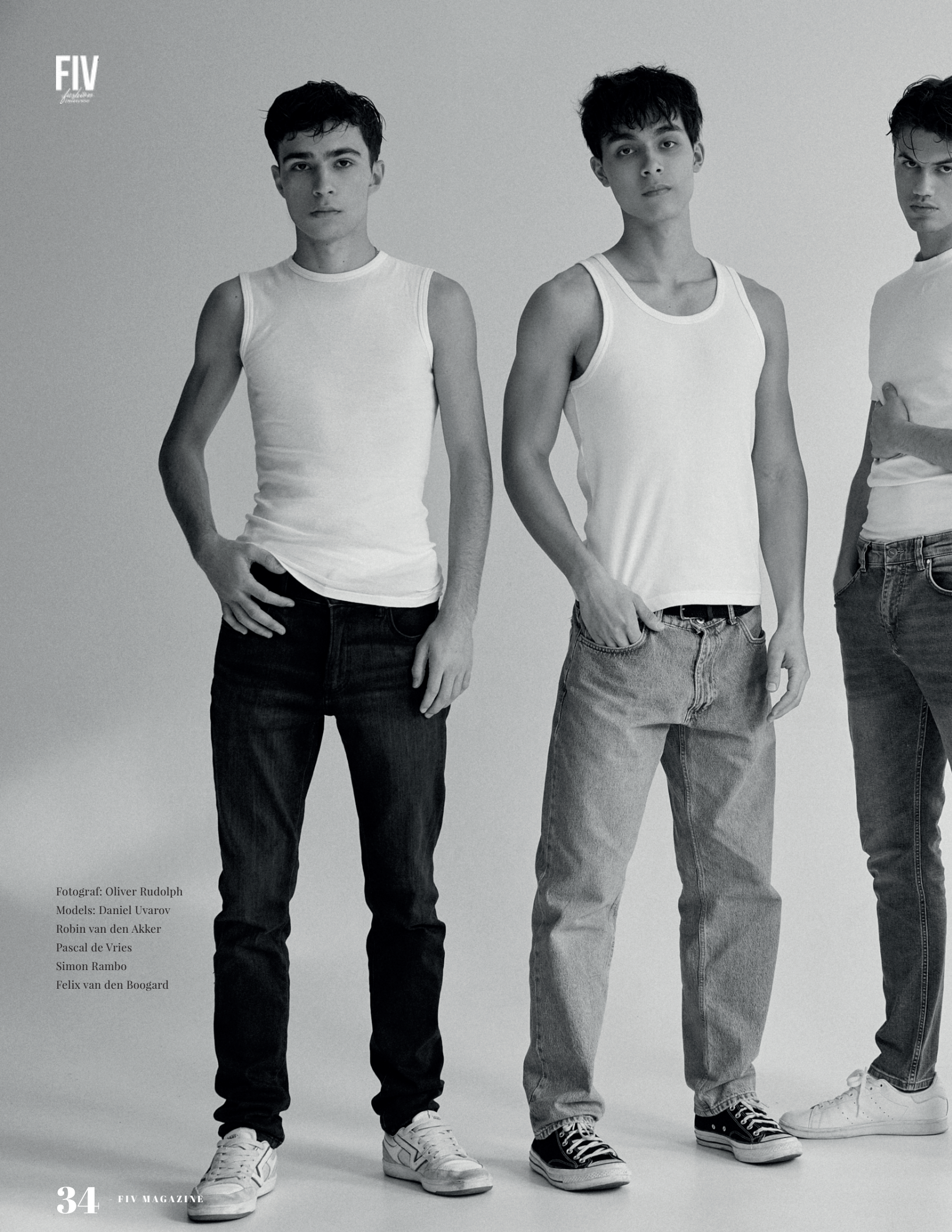
Das japanische Modelabel Bape ist bekannt für seine Lifestyle- und Streetwearmode. In Zusammenarbeit mit Coach bringen die beiden Marken eine gemeinsame Kollektion auf den Markt. Für die Kollektion wurde die US-amerikanische Rapperin als Model zweckentfremdet. Sie trägt Taschen, wie Rucksack, Handtasche und Umhängetasche. Dazu trägt sei einen Crop Hoodie, Fischerhut und die passenden Shorts. In der Kollektion sind ebenfalls T-Shirts, Kappen, Kapuzenjacken und Jacken vorhanden.

Düfte für Damen und Herren

Neben einer Vielzahl am Kleidung und Accessoires hat Coach ebenfalls eine Reihe an Parfums im Sortiment. Die Düfte sind sowohl für Herren als auch Damen erhältlich. Mit einer Auswahl an unterschiedlichen Duftnoten ist für jedermann etwas dabei. Die Duftnoten für Damen bewegen sich zwischen Fruchtig, Blumig , Süß und Holzig. Bei den Herren hingegen sind beschränken sich die Duftnoten auf Pfeffrig, Ledrig und Süß.

Alle Düfte sind befinden sich in luxuriösen Glasflakons. Die sich perfekt als Geschenk eigenen. Auf den Glasfläschchen ist das Markenlogo eingraviert, was die Düfte noch eleganter wirken lassen.





Fotograf: Oliver Rudolph
Models: Daniel Uvarov
Robin van den Akker
Pascal de Vries
Simon Rambo
Felix van den Boogard





Fotograf: Oliver Rudolph
Models: Ellinor Jakobsson
Nadia Neumnan
Linda Mohnke
Frieda Oswal



DANIEL WELLINGTON

UHREN: ZEITLOS & ELEGANT, LÄSSIGE ARMBÄNDER

Daniel Wellington – Ein Mann, der es geschafft hat mit Hilfe von Instagram seine Advertising Strategie so zu maximieren, dass er binnen 5 Jahren ein Imperium aufgebaut hat. Durch eine zufällige Begegnung mit einem anderen Backpacker wurde er inspiriert das revolutionäres Uhrendesign auf den Markt zu bringen, welches ihm dieses enormen Reichtum einbrachte. Seine Idee klassische Uhrengehäuse an NATO Armbänder anzubringen wurden ein Kassenschlager!

Entstehung der Marke – Zufällige Bekanntschaft in Australien

Die Story hinter der Marke „Daniel Wellington" ist gerade so jung, wie auch von zufälligen Begegnungen geprägt. Der Gründer Filip Tysander stammte aus einer kleinen Provinz namens Jarfälla aus der Hauptstadt Schwedens. Nach seinem Schulabschluss entschied er sich Stockholm zu verlassen und einen Aufenthalt in der Wildnis Australiens zu machen. Dort traf er auf den jungen Engländer Daniel Wellington, dessen Auftreten und Art ihn einfach beeindruckte. Daniel Wellington hatte eine teure Rolex Submariner Uhr an einem Nato Armband, welche zugleich simpel und doch gut aussah. Das war der springende Punkt für Tysander eine solche Uhrenkollektion zu entwerfen.

Vom einfachen Studenten zum Millionär in 5 Jahren

Er studierte Business an der Uppsala Universität und investierte gleich nach Vollendung seines Studiums 15.000 US Dollar in seine eigene Marke, dessen Werbung und Marketing Strategien er selbst und hauptsächlich über Social Media gestaltete. Vorteilhaft war auch sein erlangtes Wissen aus der Arbeit bei einer Uhrenfabrik. In 2011, knapp 5 Jahre nach der Begegnung mit Daniel Wellington, verkaufte er die erste Uhr mit seinem Namen. In nicht mal 3 Jahren hatte er über eine Millionen Uhren verkauft, in den nächsten zwei Jahren lag sein sein Profit bei mehr als 100 Millionen Dollar und heute gehrt er zu Schwedens High Society mit einem geschätzten Nettowert von 1.2 Milliarden.



Er hat das alleinige Recht auf die Firma bzw. den 100% Anteil, weswegen sein Weg zur Milliarde relativ schnell war. Neben seinem luxuriösen Anwesen, welches mit einem Wert von 13 Millionen US Dollar das teuerste in Stockholm ist, führt er ein eher bodenständiges Leben und hält sich von den Medien fern.

Uhren – Damen, Herren und Nato Bänder

Daniel Wellington hat in den letzten Jahren an unglaublichen Ansehen gewonnen. Was einst als kleines Start-Up Unternehmen begonnen hat, ist jetzt millionenschwer. Mit seiner simplen Idee schaffte es Filip Tysander ein ebenbürtiger Konkurrent vieler Markenuhren zu werden. Das Geheimnis dahinter? Auswechselbare Armbänder aus Edelstahl, Mesh, Perlon und Leder. So beglückt er die klassischen Fans mit ihrem Metall-Look, genauso wie die Damen und Herren, die auf den Vintage Look mit Armbändern aus Stoff stehen. Die Qualität der Uhren ist hochwertig, mit ihren Japanisches Quarzuhrwerk und ihrer regenfesten Ausstattung verhindern sie schnell auftretende Probleme. Zwischen 6 und 8mm sind die elfenbeinweißen Gehäuse dick, was sie auf jeden Fall unübersehbar am Handgelenk strahlen lässt.

Damen – klassisch-elegant

Die perfekte Uhr für die Dame, um jedes Outfit zu vervollständigen. Ein legerer Look oder klassisch-elegant, die Uhr verleiht den „Cherry on Top" Effekt. Die Zifferblätter gibt es in Elfenbeinweiß oder Schwarz, immer umrandet von rose-goldenem oder Silber schimmernden Gehäuse. Lediglich die Armbänder sind da in bunteren Farben zu finden. Die NATO Armbänder gibt es in blau, grün. bordeaux und rosa, hauptsächlich findet man bei Daniel Wellington aber nur die Basic Farben schwarz, weiß, Rose-Gold und Silber. Den Country Look verschaffen die Lederarmband Uhren aus Italien mit Krokodil-Prägung. Wie man sieht findet sich für jeden Anlass und jedem Typ für Frau das Passende! Viele wollen es!

Herren – minimalistischer Look

Die Damen- und Herrenuhren unterscheiden sich kaum. Es gibt die gleichen Modelle, Farben und Materialien, lediglich die größere Armbandlänge unterscheidet sie von den Damenuhren. Bei den Herrenuhren wird auch auf den minimalistischen Look gesetzt. Die günstigste Uhr bekommt man schon für 99 Euro.Die Petite Cornwall



mit einem klassischen schwarzen NATO Armband bleibt dabei sogar unter der 200 Euro Grenze nicht. Das momentan teuerste Modell ist die Classic Reading, welche aufgrund ihres Lederarmband mit Krokodil-Prägung ihren stolzen Preis trägt. Gefolgt von dem Bestseller, der Iconic Link für 189 Euro, die eine moderne Interpretation eines klassischen Entwurfes aus veredeltem und polierten Edelstahl ist. Trotzdem sind das sehr günstige Preise für Uhren von dieser Qualität.

Schmuck – Armband, Armreif & Ring

Die Weiterentwicklung im Bereich Schmuck ist eine Neuheit und ein gewagter Sprung für die Firma. Die Auswahl ist sehr schlicht und klein gehalten, doch gibt trotzdem den nötigen Touch zur kompletten Fertigstellung deines Outfit. Ob classy unterwegs im Blazer oder lässig im T-Shirt Kleid und Sneakern, der Schmuck von Daniel Wellington vervollständigt jeden Look! Denn Ästhetik, makellose Handwerkskunst und zeitloses Design sind die Eigenschaften, die Daniel Wellington ausmachen. Genau wie Dior, Louis Vuitton und Chanel gehört auch Daniel Wellington zu einem exklusiven Schmuckhersteller, der die Herzen aller Schmuckliebhaber höher schlagen lässt.

Armband & Armreif – Slim & Classic

Die Classic Bracelets sind das Gegenstück zum Classic Ring, sie verkörpern die Essenzen von Daniel Wellington und spiegeln mit ihrer filigranen Schönheit Zeitlosigkeit und Stil wieder. Die Liebe zur Eleganz, edlen Materialien und hoher Qualität findet sich überall wieder. Genauso wie bei den Ringen verziert an der Außenseite des Armreifs der dezente Schriftzug „Daniel Wellington" das Schmuckstück. Die Ringe sind erhältlich in Edelstahl und Rosegold. Ihr minimalistischer Style verleitet ihnen einen legeren und doch geschmackvollen Reiz.

Mit sehr viel Liebe zum Detail wurden auch die Slim Bracelets gemacht. Elegantes Design ähnlich wie bei den Classic Versionen in einer schlankeren Form.

» EIN LEGERER LOOK ODER KLASSISCH ELEGANT, DIE UHR VERLEIHT DEN „CHERRY ON TOP" EFFEKT. «







SWAROVSKI

HAUTE COUTURE SCHMUCK, KETTEN & ARMBÄNDER

Swarovski – Die Nummer Eins für luxuriösen Modeschmuck und Luxusschmuck. Raffinierte Juwelen, brillante Kristallkreationen, extravagante Uhren und atemberaubende Düfte, Swarovski bringt das Funkeln in den Alltag der Menschen. Seit 1895 trifft Präzision auf moderne Eleganz, über 125 Jahre in denen Licht in makellose Handwerkskunst eingefangen wird. Alles über die Marke Swarovski, von den beliebtesten Schmuckstücken, der Firmengeschichte bis hinzu den erfolgreichsten Marketingkampagnen, hier in diesem Artikel.

Vom Industriezulieferer zum bekannten Markenartikler

Es gibt Kristalle, es gibt Edelsteine – und dann gibt es Swarovski. Swarovski eine Firma, die jeder kennt, ein Milliarden schweres Unternehmen. Das österreichische Unternehmen stellt im Endeffekt nur Glas her und doch hat sich das Unternehmen einen seltenen Namen geschaffen. Das Farbspiel, sowie das Funkeln, wenn sich Licht in Kristall bricht, hat den Gründer von Swarovski schon früh fasziniert. 1892 gelang dem damals 29-Jährigen der große Durchbruch, durch die erste Schleifmaschine, die Kristallschmucksteine präziser als wie von Hand schliff.

Im Jahr 1895 gründete Swarovski seine eigene Firma in Watten, einem kleinen Ort am Inn. Bei seiner Ortswahl legte der junge Unternehmer wert darauf, weit weg vom damaligen Zentrum der Kristall- und Glasindustrie in Böhmen zu sein, zudem er aber auch für die Produktion viel Wasser, zum Schleifen und Kühlen brauchte.

Heute zählt das Swarovski-Fabrikgelände zu einer bedeutenden Attraktion in Watten und hat sich zu einem wahren Besuchermagnet entwickelt. Zum 100-jährigen Jubiläum 1995 wurde das Erlebnismuseum „Kristallwelten“ eröffnet.

Eins ist bis heute noch geheim: die Herstellung der glitzernden Steine. Der Weltmarktführer Swarovski gewährleistet nicht einmal Mitarbeitern anderer Abteilung den Zugang zu den großen Produktionshallen, die mit computergeschleusten Schleusen gesichert sind. Doch eins steht fest: Die Kristallsteine werden aus Quarzsand hergestellt, der zu einer zähflüssigen Masse verarbeitet und in Form gebracht wird. Durchs schleifen erhalten die Steine vielfältige Facetten, auf denen sich das Licht dann schließlich funkelnd bricht. Mehr als 600 Entwickler und Forscher beschäftigen sich mit der Reinheit der Kristalle, die Präzision des Schliffs oder mit der Leitungsfähigkeit der selbst hergestellten Maschinen.



Erste Schritte in der Haute-Couture

Charles Frederick Worth, der als Couturier für den Adel und die Königshäuser arbeitete, sorgte erstmalig dafür, dass die Swarovski Kristalle ihren Weg in die königlichen Gemächer fanden. Zu seinen Kunden zählte unter Queen Victoria.

Zum ersten Mal fand der Kristall als Material in der Mode seinen Platz und dies erweckte die Aufmerksamkeit der damaligen Couturier. Die Verwendungsmöglichkeiten für den Stein in der Mode gefielen vielen Modeschöpfern und versetzen sie auch ihre Kollektionen mit den Swarovski Kristallen. Durch diese Kollektionen fand Swarovski die ersten Schritte in die Modewelt und das direkt im Premium-und Luxussegment. Ein weiterer großer Anteil daran nahmen der Modeschmuck, den sie produzierten.

Die wilden Zwanziger brachten dem Erfolg keinen Abbruch: In der Zeit der Flapper Dresses und des Jazz ließen Designer wie Jeanne Lanvin, Madeleine Vionnet und Jean Patou die Kleider beim Tanzen durch die funkelnden Kristalle glänzen.

Swarovski und Chanel & Dior

Robert Goossens fertigte im Auftrag von Chanel seit 1953 Kristalle für das Luxusmodehaus Chanel. Die Designerin Coco Chanel verzierte ihre Modekollektionen indem sie die Swarovski Kristalle auf die Bänder und Borten nähte und somit Highlights in ihren Modestücke setzte. Für präsentative Zwecke wie Modeschauen verwendete sie allerdings nur Kopien und keine echten Kristalle. Nach der Präsentation in der Fertigung für die Kunden wurden natürlich wieder die Original Juwelen und Echt-Gold verwendet. Neuigierig? Eine der Chanel Borschen wird in den Kristallwelten ausgestellt.

Neben Chanel brachten auch Elsa Schiaparelli und Cristobal Balenciaga die Silhouetten der Frauen zum Funkeln. Der neue Trend der 5oer Jahre Epoche war geboren.

Der „Aurora Borealis“ sorgte bei Christian Dior für große Aufmerksamkeit. Bei diesem handelt es sich um einen Kristalleffekt, welcher seinen Namen dem schimmerenden Regenbogenspektrum des Nordlichts zu verdanken hat. Diesen Kristalleffekt setzte Christian Dior ein und bestickte seine Kleider von Hand mit diesen einzigartigen Kristallen. Die hochwertigen Kreationen sind noch heute im Archiv aufbewahrt.

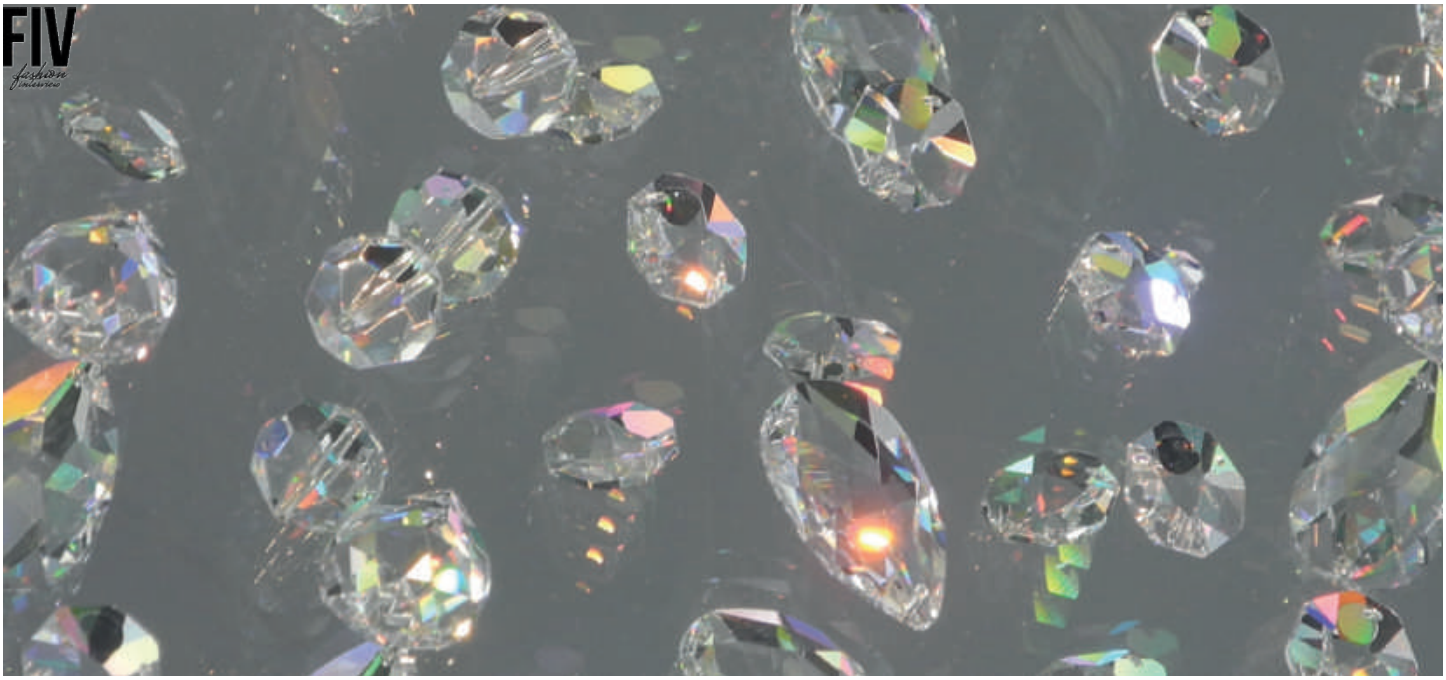
Alexander McQueen

Nachdem Jahre nach Daniels Tod die Verbindungen in die Modeindustrie nachließen, versuchte Nadja Swarovski 1995 mit ihrem Einstieg ins Unternehmen, wieder einen Fuß in der Modewelt zu fassen.

Die Zusammenarbeit 1999 mit dem Designer Alexander McQueen sorgte dafür: Zusammen mit ihm verfolgte sie die Mission dem Kristall wieder in die Mode zu bringen.

Das blieb nicht die einzige Zusammenarbeit zwischen McQueen und Swarovski: Seine Frühjahr/Sommer-Kollektion 2009 mit dem Motto ‚Natural Dis-tinction, Un-Natural Selection‘ entstand aus der Inspiration der Welt der Blumen, Kristalle und Mineralien. Mithilfe von Swarovski füllte er diese zum Leben. Alexander McQueen arbeitete hier mit einem sogenannten Kristallgeflecht.

Schon ein Jahr später arbeitete Swarovski wieder an einem Projekt mit insgesamt 22 namenhaften Modedesignern. Es handelt sich hierbei um ein besonderes Projekt,



denn es entstand um ein Andenken an Coco Chanel zu setzen. Die Kollektion verkörperte verschiedene Versionen des „kleinen Schwarzen". Die Kleider dieser Hommage wurden bei einer Wohltätigkeitsveranstaltung versteigert. Eine besondere Ehre, da Swarovski in seiner Anfangszeit mit der Designerin zusammengearbeitet hat und diese auch dem Unternehmen zu Erfolg in der Schmuckwelt verholfen hat.

Karl Lagerfeld, Prada, Valentino: 2017 – heute

2017 kam eine Kooperation mit der großen Modeikone Karl Lagerfeld zustande: Der Designer entwickelte zusammen mit dem Schmucklabel die „Jewelry Collection".

Die Kollektion der Karl Lagerfeld Schmuck Edition waren auch ein großes Themen in den Kristallwelten: In dem Pop-Up-Store wurden limitierte Stücke aus der Herbst/Winter-Kollektion verkauft. Schuhe, Taschen und T-Shirts mit dem Schriftzug des Designers oder dem Abbild einer Karikatur von ihm. Darüber hinaus gingen Swarovski und Lagerfeld an die ehrenvolle Aufgabe gemeinsam die Debütantinnenkrone für Opernball 2017 zu entwerfen.
Weitere berühmte Designer mit denen Swarovski zusammengearbeitet hat, waren Alexander Wang, Hussein Chalayan, Anthony Vaccarello, Christopher Kane und Viktor&Rolf. Heute tragen Kleider von Luxusmodemarken wie Prada, Dolce & Gabbana und Valentino immer noch regelmäßig Swarovski Kristalle

Das Gute ständig verbessern: Swarovskis Motto

Mehr als 100.000 Farben, Facetten und Formen hat der Weltmarktführer für Kristalle schon hergestellt. Dazu zählt der kleinste Kristallschmuckstein, sowie der größte Kristall dieser Welt. Der kleinste Kristallstein misst gerade mal einen Durchmesser von 0,8 Millimeter dazu weist er 17 Facetten auf. Ein Stein Swarovski's hat es sogar in das Guinness-Buch der Rekorde geschafft, der „Swarovski Centenar". Er misst einen Durchmesser von 40 Zentimeter und schillert mit ganzen 100 Facetten. Beide Steine haben es in die Ausstellung der Kristallwelten geschafft.

In der Produktion arbeiten täglich mehr als 600 Forscher daran, die Qualität der Kristalle zu verbessern und optimieren. Ob es nun die Reinheit der Kristalle, die Präzision des Schliffs oder die Leistungsfähigkeit der Maschinen sei – Qualitätsmanagement und Analyse wird bei Swarovski groß geschrieben. Besondere Qualität, besondere Brillanz und ein raffinierter Schliff – der Standartgrundsatz, den Swarovski bei jedem ach so kleinen Stein verfolgt.
Mehr als 100.000 verschiedene Formen, Farben und Facetten an Kristallschmucksteinen kann der Schmuckproduzent herstellen. Besondere Highlights sind unter anderem:
Der kleinste Kristallstein der Welt mit einem Durchmesser von nur 0,8 Millimeter, aber erstaunlichen 17 Facetten. Passend dazu stellte zum 100-jährigen Firmenjubiläum Swarovski ebenfalls den größten Schmuckstein der

Welt her, den „Swarovski Centenar" her, welcher es sogar ins Guinness-Buch der Rekorde geschafft hat. Er misst 40 Zentimeter im Durchmesser und funkelt aus 100 Facetten. Zu Bewundern sind die beiden Kristalle in den Kristallwelten

Kristallwelten: Eine kleine Swarovski-Welt

1995 bekam der Swarovski Kristall seine eigene Welt: Die „Kristallwelten". Rundgänge durch die Wunderkammern und den Garten lassen die Besucher in die Fantasie-Welt eintauchen. Damit auch den kleinen Besuchern nicht langweilig wird, gibt es auf der Anlage auch Spielplätze für Kinder. Wer nach einer schönen Idee für den nächsten Familienausflug sucht, ist in Wattens also genau richtig.

In seinen Kristallwelten präsentiert der größte Kristallhersteller der Welt Besonderheiten aus seiner langen Firmengeschichte. Darunter fallen wie schon erwähnt der „Swarovski Centenar" und der kleinste Kristallstein der Welt. Neben den Ausstellungen gibt es auch einen Pop-up Store bei dem ihr Swarovski Produkte und Andenken an euren Ausflug erwerben könnt.

Mehr als nur Schmuckhersteller

Wenn man Swarovski eins nicht vorwerfen kann, dann ist es Einseitigkeit. Hinter Swarovski steckt mehr als nur ein weiterer Schmuckhersteller. Das Familienunternehmen hat sich ein ganzes Imperium erschaffen. Über 27.000 Menschen arbeiten für das Unternehmen in den unterschiedlichsten Bereichen. Hier ein kleiner Überblick was alles zur Produktwelt der österreichischen Firma gehört.

Halsketten, Armbänder – alles was das Schmuck Herz begehrt

Neben den klassischen Ringen, Halsketten und Armbändern bieten die Marke auch Uhren, Handyhüllen, Anhänger oder Kugelschreiber an. Alle Artikel erhalten durch die hauseigenen Kristalle den gewissen Swarovski-Touch und das ganz besondere Funkeln. Bei Swarovski stehen progressive Designs mit neuen Farben, Formen und Facetten in jeder Saison. 16.300 Arten von Kristallen in 70 Farben und 40 Effekten gehören der Swarovski an.

Das Logo von Swarovski, der Schwan, ist hier auch immer wieder aufzufinden. Diverse Halsketten greifen das Logo als Hauptmotiv in unterschiedlichsten Farben auf. Am Verschluss der Schmuckstücke ist ebenfalls ein Schwan angebracht, unter anderem auch verziert mit einzelnen Kristallen.

Wer aber dachte der Schwan war schon immer das Erkennungszeichen von Swarovski, hat sich geirrt: Ein Alpen Edelweiß, eine Blume aus Österreich, war in den Anfangsjahren das Logo und stand für die Herkunft der Firma. Die Pflanze sollte für die Alpen und die Reinheit der Umgebung stehen. In den 70-80er Jahren wurde der Edelweiß jedoch von dem heutigen berühmten Schwan ersetzt. Stücke, die noch mit dem alten Logo gekennzeichnet sind, gelten als sehr wertvoll.

Halsketten und Anhänger

Wenn man an Swarovski Schmuck denkt, kommen den meisten direkt die beliebten Halsketten und Anhänger in den Kopf: Eindrucksvolle Koliere oder klassische Alltagshalsketten, alles dabei! Eine schlichte Halskette wertet jedes Outfit auf! Deshalb gehört die Attract Round Halskette in jede modebewusste Schmucksammlung. Ein echter Hingucker und trotzdem schlicht. Das rhodinierte Design verleiht jedem Outfit eine Note von zeitloser schöner Eleganz und ist somit ideal für jeden Anlass. Zusammen mit vielen anderen Schmuckstücken von Swarovski verleiht man dem Styling den perfekten Ausdruck. Neben dem Schwan, dem Logo von Swarovski, bietet Swarovski noch weitere außergewöhnliche Anhänger an, wie zum Beispiel ein blaues Auge, einen Regenbogen oder eine Schneeflocke. Wer bereits eine Halskette besitzt, kann auch nur Anhänger erwerben um die Kette in neuem Look erstrahlen zu lassen. Sternzeichen Ketten oder Geburtssteine dienen als beliebte Geschenkideen.

Ohrringe

Von kleinen Ohrsteckern bis zu langen Ohrringen, die schon die Schultern umspielen, ist alles im Swarovski Sortiment. Von unauffällig, aber charmant bis extravagant und laut, kann alles gefunden werden. Die Swarovski Kristalle funkeln entweder an langen Ohrketten mit einer Mondsichel am unteren Ende oder sind als Perlenuhrring mit dem berühmten Schwan als Erkennungszeichen. Ein Highlight im Swarovski Sortiment: Die Disney Kollektion. Besonders süß die kleinen Mickie Maus Ohrringe. Ein Must-Have für jeden Disneyfan.

Armbänder

Schon in den Schulzeit waren Armbänder ein Thema: Damals waren es die berühmten Freundschaftsarmbänder, die egal ob selbstgemacht oder gekauft den Schulhof eroberten. Doch dieser kleine Freundschaftsbeweis ist nicht nur etwas für die Kleinen. Auch Erwachsene können ein Symbol ihrer Verbundenheit am Arm tragen. Wähle aus den verschiedenen Motiven und findet etwas, was eure Freundschaft symbolisiert!

Ringe

Das kleine Funkeln am Finger darf nicht fehlen. Nicht nur als Liebesbewies für Verlobte und Ehepaare ist ein Ring perfekt. Die Ringe von Swarovski können wie auch die anderen Schmuckartikel dezent oder auffällig sein. Ob mit Gravur oder ohne: Ringe sind zeitlos und passen zu jedem Outfit. Egal ob nur einer an einer Hand, mehrere an einem Finger oder fünf Stück über 10 Finger verteilt. Teilweise bietet Swarovski hier schon mehrere Ringe in einem Set an. Außergefallene Motive wie kleine Bienen oder Glückskleeblätter bietet der Kristallhersteller ebenfalls zur Dekoration der Finger an.

Schmucksets

Swarovski präsentiert gerne Kollektionen, die sich zu einem Set ergänzen lassen oder untereinander in verschiedenen Kombinationen harmonieren. Wer nicht nur ein Einzelstück kaufen möchte und sich besonders in ein Swarovski Motiv verliebt hat, kann direkt ein komplettes Set kaufen. Das Set enthält zwei oder drei Schmuckstücke mit demselben Design, bei dem zweiteiligen Set in den meisten Fällen beispielsweise Halsketten und Ohrringe. Das Gesamtpaket ist nicht nur für Schmuckliebhaber gedacht, die sich selbst eine größere Freude machen wollen, sondern auch eine perfekte Geschenkidee für die Partnerin oder die Mutter.

Herrenschmuck

Nicht nur die Damenwelt kann von dem Glanz der Kristalle profitieren, sondern auch die Herren. Swarovski bietet sowohl Unisex Modelle an mit schlichtem Design oder Herrenmodelle. Hier finden sich vor allem edel verzierte Manschetten Knöpfe, die mithilfe der Kristalle den einmaligen Swarovski Glanz erhalten. Neben den Manschettenknöpfen bietet Swarovski Leder und Edelstahl Armbänder und Ketten an. Nicht so farbenfroh und knallig wie bei den Damen, ist der Schmuck der Herren meist unifarben mit schwarzen Steinen verziert. Beliebte Motive sind etwa Kreuze oder Totenköpfe.

Uhren

Wo Schmuck liegt, liegen Uhren nicht weit entfernt. So ist es im Kaufhaus und so ist auch bei Swarovski. Das Familienunternehmen möchte nicht nur in der Schmuckwelt einen Namen haben, sondern auch hauseigene Uhren an die Frau und an den Mann bringen. Auch hier dabei: der typische Swarovski Schwan. Auf jeder Swarovski Uhr läutet der Schwan die 12. Stunde. Die unterschiedlichen Modelle aus Silber, Gold oder Roségold sind in der Regel in zwei bis fünf verschiedenen Farbtönen verfügbar.

Schmuckkollektion Oscars

Passend zur Oscar-Verleihung launcht Swarovski eine besondere Schmuck-Kollektion: „Fine Jewelry Collection". Eine Produktion die umweltfreundlich und nachhaltig produziert wurde. Die Schmuckstücke Swarovskis wurden als Teil der „Red Carpet Green Dress Initiative" präsentiert, ein Designwettbewerb der von dem Schauspieler Suzy Cameron ins Leben gerufen wurde. Der Designwettbewerb steht für nachhaltige und umweltfreundliche Oscarroben. Dementsprechend bestehen die Swarovski-Steine aus Synthetik. Doch schon ein Jahr zuvor brachte das Kristall-Label synthetische Diamanten auf den Markt. Die Kollektion ist als „Diama-Linie" bekannt.

Brautkleid Victoria Swarovski

Das Brautkleid von Victoria Swarovski ist ein wahrer Märchentraum und gehört mit 800.000 Euro zu einer der teuersten Hochzeitsroben der Welt. Das atemberaubende Kleid überzeugt obenrum durch ein transparentes langärmliges Oberteil, besetzt mit filigranen Spitze, Steinen und Blüten. Von der Taille ab sorgt ein pompöser Rock, ebenfalls mit Spitze, Blüten und zahlreichen Swarovski-Steinen besetzt, für große Begeisterung. Ein Kleid, dass man so schnell nicht vergisst. Kein Wunder bei der fünf Meter langen Schleppe und den 500.000 Swarovski-Steinen. Der Designer Michael Cinco aus Dubai, der bekannt ist für seine Cinderella-Kleider, hat ein traumhafte 46 Kilogramm schwere Sonderanfertigung geschaffen, die es so schnell nicht mehr geben wird. Die standesamtliche Hochzeit fand im österreichischen Nobelort Kitzbühel unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt. Dort trug sie eins ihrer frisch zusammengeschneiderten Dirndl. Die kirchliche Trauung folgte einen Monat später im italienischen Triest in einer unvergessenen Hochzeitsrobe.

Valentins Kampagne

Professionelles Marketing in der heutigen Zeit – Swarovski weiß wie es geht. Das Schmucklabel startet eine 10-tägige Kampagne auf Instagram, um seine neue Valentinstag-Kollektionen zu bewerben. Die Kampagne läuft unter dem Motto „Sparks of Love" und vermittelt die Botschaft, Liebe in aller Form zu verbreiten. Die feine Handwerkskunst und exklusiven Innovationen haben das Unternehmen zu einer globalen Marke gemacht. Jedes einzelne Produkt verkörpert die Vision, „einen Diamanten für jeden" zu schaffen. Die Idee hinter der Valentinstag-Kampagne ‚Liebe in all ihrer Form, sei es zwischen Freunden, Liebespartnern, Familienmitglieder oder Eltern, zu verbreiten. Spark of Love animiert Kunden, aus ihrem vielfältigem Angebot an exklusiven Geschenken zu wählen, um das Gefühl der Liebe auszudrücken.

Kristall Figuren:„Crystal Living"

Mit einer kleinen Maus fing alles an: 1976 erblickte die erste Kristallfigur von Swarvoski die Welt. Heute gelten sie als Sammlerstücke und haben eine „Collectors Society" mit 450.000 Mitglieder in 35 Ländern. Die Modelle sind in den verschiedensten Farben und Größen erhältlich. Kleine Figuren Bären, Disneyfiguren oder sogar das Batmobil stehen zur Auswahl in einem Preissegement von 30€ - 26.000€. Durch die große Motivauswahl eigenen sich die Modelle sehr gut als Geschenk.

Besondere Kollektionen sind die Exklusivlinie „Crystal Myriad" , die edle Stücke mit der Pointiage®-Technik von Hand herstellt und die „Crystalline", die Dekorationsobjekte wie Kerzenhalter, Vasen, Weingläser und Bilderrahmen zum Funkeln bringen. Bestseller der Dekorationslinie ist ein Sektkelchen. Mit diesen Produktlinien bringst du authentisches Design und reine Eleganz in deine Wohnung. Stücke, die nie ihren Zauber verlieren und immer zeitgemäß bleiben.

Entdecke weiteres aus der Swarovski-Welt: Swarovski Oprik, Swareflex und Co.

Swarovski hat sich einen Namen gemacht – aber nicht nur als Schmuckhersteller. Wenn man mal einen genaueren Blick auf unsere Welt wirft, dann findet man überall Produkte des Traditionsunternehmens wieder.

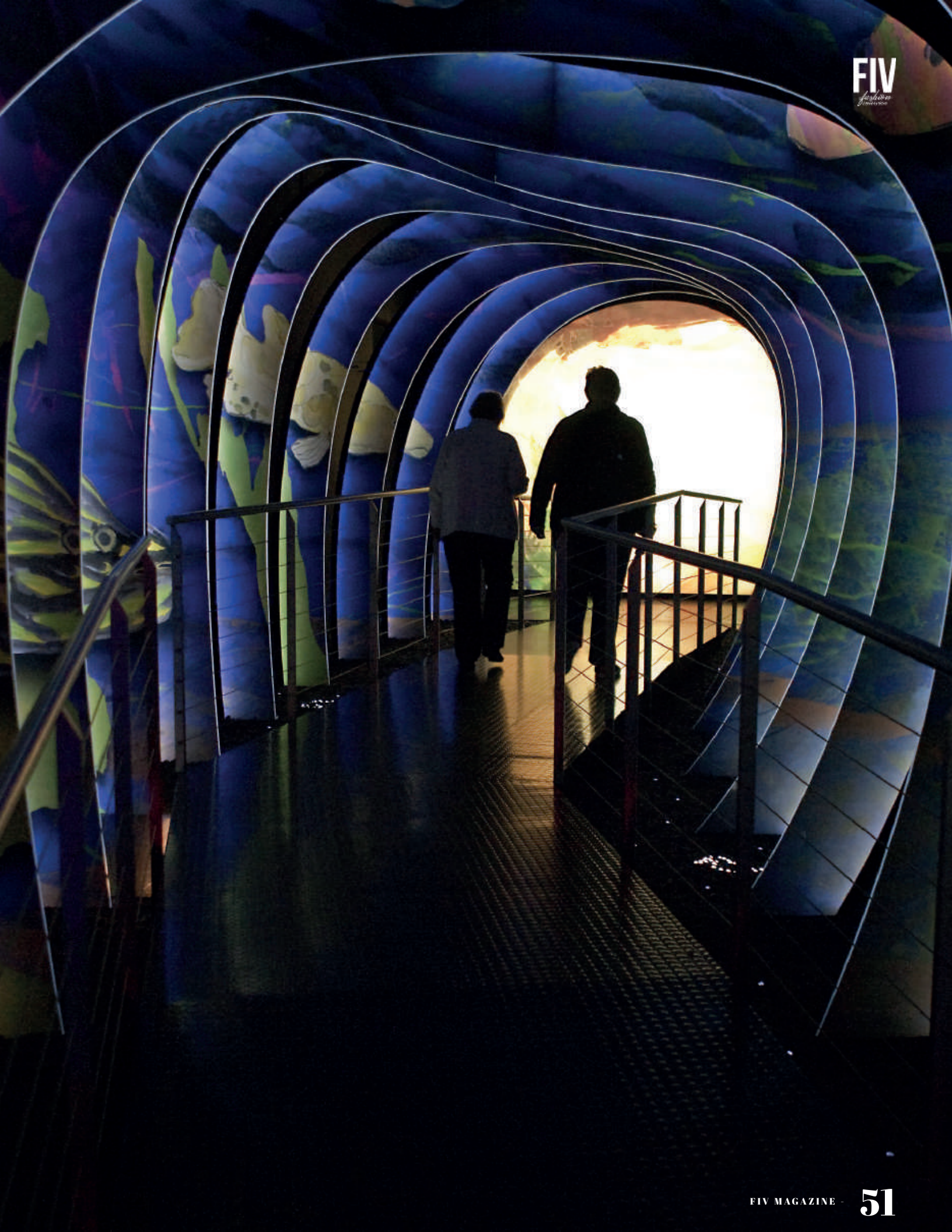
Genau hier beginnt es schon: Wer Hilfe im Punkto Weitsicht braucht kann hier, ein Fernglas von Swarovski Optik verwenden. Im Handwerk beispielweise stellt das Unternehmen unter der Marke Tyrolit Schleif-und Bohrwerkezeuge her. Damit unsere Straßen sicher bleiben: Reflektoren für Verkehrszeichen stellte das Familienunternehmen unter „Swareflex" bereits 1940 her. Swarovski zog sogar schon ins Schloss Versailles ein: In den restaurierten Gemächern des ehemaligen französischen Königsschlosses sorgt das Unternehmen für die Beleuchtung. Auch in die Beauty-Welt hat Swarovski einen Ausflug gemacht: Mit einer eigenen Parfüm Kreation mit dem Namen „Aura" kam das erste Beauty-Produkt 2011 auf den Markt.

Wenn das Funkeln von Swarovski in einer Jahreszeit definitiv nicht fehlen sollte, dann ist es in der Weihnachtszeit. Ein kleiner Tipp von uns: Haltet an Weihnachten die Augen auf. Swarovski wirkt auch beim Schmücken von Weihnachtsbäumen wie beispielweise in Berlin oder beim Rockefeller Weihnachtsbaum in New York mit.

Wie bringt man Swarovski in die Mode? – Chanel, McQueen und Co.

Swarovski ist nicht unbedingt die erste Marke, die einem bei ‚Mode' in den Kopf steigt und doch haben bestimmt schon mal alle Swarovski an einem Kleidungsstück bewundert. Jahrzehnte lange Zusammenarbeiten verschafften Swarovski einen festen Platz in der Mode. Zahlreiche Designer wählten das Schmucklabel für ihre Kollektionen als Kooperationspartner aus. Bekannte Namen wie Coco Chanel, Alexander McQueen und Jean Patou waren überzeugt von der Wirkung von den Swarovski Kristallen und setzen diese in ihren Kollektionen in Szene.





TIFFANY & CO

LUXURIÖSE JUWELEN, HOLLYWOOD FILME & WERBESPOTS

Tiffany & Co – Wahrscheinlich gibt es keine Frau auf der Welt, die nicht einmal davon geträumt hat mit einem besonderen Teil von Tiffany & Co beschenkt zu werden. Seit über 170 Jahren verzaubert Tiffany's edler schmuck Menschen auf der gesamten Welt. Entstanden in New York, ist die Brand heute schon lange auf die gesamte Erde expandiert und ist wohl für niemanden mehr ein fremder Name. Neben Schmuck, gibt es nun auch ein Parfum. Alle Informationen von der Erfolgsgeschichte bis hin zu den meist gestellten Fragen findest du hier in diesem Artikel!

Die Entstehung des Unternehmens – eine Erfolgsgeschichte

Vielleicht war Tiffany's damals ein einfaches Geschäft, doch heute ist es das einzig wahre Label was von tausenden Verliebten jährlich aufgesucht wird um die Ehe zu feiern und das mit den exquisitesten Schmuckstücken die man finden kann. Für Jeden der sich gerne einen Diamanten anstecken möchte, findet genau hier die schönsten der Welt. Die blaue Box gibt dem ganzen einen enormen Wiedererkennungswert, verziert mit einer großen weißen Samtschleife. Bekannt ist dieses kleine blaue Böxchen wohl überall für seinen enormen Wert, preislich wie auch emotional.

Geschichte der Gründung – von Schreibwaren zu Hollywood Stars

Egal ob wertvolle Diamanten bis hin zu berühmten Hollywood Filmen, Tiffany's hat eine ziemlich lange Geschichte und die ist definitiv erwähnenswert! Im Jahr 1837 wurde das Unternehmen von Charles Lewis Tiffany und John B. Young gegründet und das erste Geschäft am Broadway in New York eröffnet. Aus diesem Grund gibt es auch eine vollständige Kollektion der Brand mit dem Titel 1837, ganz zu Ehren des Gründungsjahres. Zunächst hieß das Geschäft noch ‚The Fancy Goods Store' und handelte mit Schreibwaren. Als Charles im Jahr 1853 die alleinige Geschäftsführung übernahm, verkürzte er den Namen auf Tiffany & Company.



Tiffany Store an der Fifth Avenue ist beliebtestes Shopping Ziel

Mit den Jahren wird der Tiffany Store auf der Fifth Avenue zu dem beliebtesten Shopping Ziel wenn es um Schmuck wie Ketten, Ohrringe und besonders Rinde geht. Der Verlobungsring der Marke hat bis heute seine Magie nicht verloren und ist noch immer Symbol für die schönsten Liebesgeschichten der Welt. Heute kann das Unternehmen stolz auf in Filialnetztwerk von 315 eigenen Geschäften blicken.

Die Box in Tiffany Blau eine Farbe als Markenzeichen & Wiedererkennung

Die weltberühmte Tiffany Blaue Box, die man mit jedem einkauf bekommt ist wohl ein kleines Highlight für sich. Nicht zu vergessen, dass dem Unternehmen eine komplett eigene Farbe gehört. Die schönen blauen Boxen sind jedoch nicht nur schön anzusehen, das Unternehmen legt auch Wert darauf, mit der Zeit zu gehen und deshalb sind die Boxen wiederverwendbar und Recyclebar. Das bedeutet, die kleine Box voll Glück macht auch noch den Planeten glücklich und das ist doch wirklich ein perfektes Wertesystem. Das Unternehmen legt außerdem extrem viel Wert darauf, dass alle Diamanten aus verantwortlichen Quellen kommen und damit keine Arbeiter oder der Planet geschädigt sind.

Audrey Hepburn – Breakfast at Tiffany's

Es ist nichts neues, dass der Film Breakfast at Tiffany's einer der elegantesten und klassischsten Filme aller Zeiten sind. In der Hauptrolle die wunderbare Audrey Hepburn, welche wohl als eine Ikone für sich steht. Der Film, welcher auf der Novelle von Truman Capote beruht, hat das Label und besonders das Geschäft in der 5th Avenue in New York zu einer wahrhaften Sehenwürdigkeit gemacht. Für jeden Modefan und Liebhaber von Klassikern, ist dies wohl ein echt heiliger Ort in der Geschichte von Stil und Eleganz. Am memorabelsten ist die Szene in der Holly (gespielt von Audrey Hepburn) um 5 Uhr morgens vor dem Tiffany & Co Geschäft steht, gekleidet in einem schwarzen Givenchy Kleid und genüsslich einen Kaffee und ein Croissant verzehrt. Der Film begeistert mittlerweile schon über viele Generationen und hat dem Label einen wahren Kult Status verliehen.

Die türkisene Box ist nachhaltig und ökologisch hergestellt

Die blaue Box steht weltweit für Luxus und Exklusivität. Eine weitere Besonderheit der Box besteht aber in ihrer Herstellung. Die ikonische Box wird komplett ökologisch gefertigt. Das bedeutet die Boxen wie auch Papiertaschen werden aus nachhaltigen Quellen und recycelten Materialien hergestellt. Das Unternehmen fördert damit die Verwendung von Papier und Holzfasermaterialien aus nachhaltiger Herkunft.

Das Tiffany Blue Box Cafe: London, New York, Hong Kong

Wer die gesamte Tiffany Erfahrung erleben will, der geht in das Tiffany Blue Box Cafe at Harrods in London. Das luxuriöse Cafe ist schon innen (wie sollte es auch anders sein) in Blau weiß dekoriert und mit den schönsten Tiffany Home Accessoires ausgestattet.


TIFFANY & Co.
TIFFANY & Co.


© TIFFANY & Co. 925 SPAIN

Der Tiffany Diamant: Gelber Edelstein

Diamonds are a girls best friend. Dieser Meinung war schon Marilyn Monroe als sie in einem Lied über den beliebten Schmuck der Marke sang. Diesem Kredo folgt Tiffany & Co. seit der Gründung. 1878 erkauft Charles Lewis Tiffany einen 287.42 carat gelben Diamant, einer der schönsten Edelsteine weltweit. Der sogenannte „Tiffany Diamont" wird dauerhaft im Fifth Avenue Flagship ausgestellt und beeindruckt täglich über 300 Besucher.

Tiffany & Co das Schmuck Label – Ringe, Ketten und Parfums mit Stil

Wer an Tiffany & Co denkt, der denkt an wunderschöne Verlobungsringe und klassische silberne Ketten, vielleicht noch ein paar Perlen hier oder da? Ein großen Diamant, oder doch nur einen kleinen? Seit über 180 Jahren verzaubert die Brand mit den traumhaftesten Schmuckstücken die man finden kann. Wer vom Heiraten träumt, der träumt wohl auch von einem Ring von Tiffany & Co und das über Generationen hinweg!

Ringe von Tiffany & Co – Gold, Silber & Roségold mit scheinende Diamanten

Die kunstvoll gefertigten Ringe sind einzigartig & ikonisch. Berühmt und beliebt sind sie für ihre zeitlosen Designs und die hochwertige Verarbeitung der Ringe. Der Gründer Charles Tiffany war der erste Juwelier der verstand, dass der Diamant ein Symbol der Liebe ist und etablierte diesen Gedanken in sein Handwerk und sein Vermächtnis. Wenn man von Qualität spricht, geht es um viele Schritte welche das Unternehmen bei der Herstellung seiner Diamantringe beachtet. Nach der genauen Auswahl der Herkunft, der Diamanten geht es um die Brillanz, das Lichtspiel und das Karatgewicht. Für die weitere Verarbeitung der Diamanten benötigt es ein perfektes Zusammenspiel von Kunst und Wissenschaft. Der Diamant wird zur perfekten Form geschliffen, poliert und danach an den perfekt passenden Ring angefügt. Die Arbeit lohnt sich, denn genau diese intensive Verarbeitung ist der Grund warum Menschen von der Qualität der Marke überzeugt sind.

Glamouröse Verlobungsringe – die Believe in Love Kampagne

Tiffany & Co brachte die Believe in Love Kampagne raus, in welcher verschiedene Paar die Chance hatten über ihre Beziehung zu reden. Das Ziel: die Liebe fördern! Das Unternehmen feiert die ewige Macht der Liebe und genau das brachten sie mit dieser Kampagne in den Fokus. Tiffany möchte nicht nur für den Verlobungsring sorgen, Tiffany möchte Teil der kompletten Liebesgeschichte sein.

Ketten & Armbänder – Tiffany's hat Etwas für Jeden

Das Schmuck Label zählt wohl zu den luxuriösesten und teuersten, mit den exquisitesten Standorten und Preisen. Trotzdem gibt es im Sortiment auch eine Auswahl an Ketten, Ohrringen und Armbändern, die für einen Normalverdiener zu bezahlen sind. Der Grund dafür ist, dass Tiffany's ein Label sein möchte, welches Menschen lieben und ehren. Doch nicht jedes junge Mädchen soll davon träumen müssen, eines Tages einen teuren Ehering von der Marke zu bekommen, sondern am besten schon davor beginnen die Liebe für Schmuck zu entwickeln. Das Label hat es als eines der wenigen Luxus Marken geschafft, seinen exquisiten Ruf zu behalten, obwohl sie auch ein paar günstigere Sachen in ihr Sortiment aufgenommen haben.

Tiffany & Co's Parfum – ein Duft für Damen und Herren

Seit neustem kann man von Tiffany's auch Parfums erwerben. Das neuste ist ein echter Must-Have, denn er ist für Damen und Herren erhältlich. Unzählige Reviews des Parfums durchlaufen das Internet und die Leute können nicht genug bekommen von den Parfums der Schmuck Marke. Dass es den neusten Duft jetzt für Männer und für Frauen gibt, macht das ganze noch viel besser. Der Duft Tiffany & Love erschien im Jahr 2019 und ist in 2 verschiedenen Größen erhältlich. Das edle Flakon, natürlich in der Farbe Tiffany Blau, ist ein echter Hingucker.

Home & Accessories: Dekoration &

Geschenke

Neben Schmuck wie Armbänder, Ringe und Ohrringe erweiterte das Label sein Sortiment 2017 um Luxus Homeartikel und Accessoires. Die Kollektion macht normale Objekte und Gegenstände zu außergewöhnlichen Elementen und wird von den Konsumenten gut angenommen.

Das Nachhaltigkeitsversprechen

Neben nachhaltigen Verpackungen setzt das Schmucklabel Tiffany & Co. auch in anderen Bereichen auf Nachhaltigkeit und umweltschützende Maßnahmen. Ganz oben in der Firmenphilosophie steht der Schutz der Menschenrechte. Die Diamanten von Tiffany werden mit Sorgfalt und Bedacht beschafft und die Umweltauswirkungen des Bergbaus minimiert. Auf der Website des Unternehmens heißt es:

„Wir wahren unsere hohen Standards auch durch führende Ansätze der Rückverfolgbarkeit von Diamanten."

Der Großteil der Rohdiamanten wird aus fünf Ländern beschafft: Botswana, Kanada, Namibia, Russland und Südafrika. 2019 konnte Tiffanys 00% der Rohdiamanten auf bekannte Mienen und die Lieferanten zurückverfolgen. Die verantwortungsvollen Beschaffungsmethoden tragen dazu bei den Schutz der Menschenrechte, gerechte Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und ethische Geschäftspraktiken zu fördern.

Tiffany produziert Trophäen für NBA, NFL und Co.

Seit 1967 stellt das Unternehmen die NFL Vince Lombardi Super Bowl Trophäe her. Die sieben Kilo schwere Trophäe ist der Siegerpokal des jährlich ausgetragenen Finales der nordamerikanischen Profi-Football Liga. Die Vince Lombardi Trophy wird jedes Jahr neu angefertigt, da sie kein Wanderpokal ist. Für die Spieler hat der Pokal einen großen ideellen Wert. Nicht zu verachten ist jedoch auch ihr materieller Wert. Das Objekt wird aus Sterlingsilber hergestellt und würde um die 25.000 Dollar kosten.1978 kreiert Tiffany neben der Football Trophäe auch die NBA Championship Trophäe. Der Basketballpokal ist zwei Feet hoch und wiegt ungefähr 15 Kilo. Seit 2000 stellt Tiffany & Co. auch den Pokal für die World Series und den für den NASCAR Sprint Cup her. Vieler Sportarten und Wettbewerbe werden auf das Unternehmen aufmerksam und lassen ihre Trophäen von Schmuckhersteller kreieren. Zu Ihnen gehören Golf, Tennis, Basketball, Football und Baseball.



MODEL WERDEN IN PARIS

Auch wenn die Italiener das etwas anders sehen, ist Paris die Welthauptstadt der Mode – ebenso für jedes Model und jede Modelagentur. Das war schon zu Zeiten der französischen Könige so und auch eine Revolution konnte daran nichts ändern. Frankreichs Hauptstadt ist auch die Hauptstadt der Mode und hier haftet jedem Stück Tüll ein Hauch von Parfum und Liebe an. Die Pariser machen sich gerne fein, wenn sie mit Freunden essen, ins Kino oder ins Theater gehen. Vorschreiben, wie sie sich anzuziehen haben, lassen sie sich allerdings nicht.

Model werden: Voraussetzungen

Models in Paris haben besonderen Konkurrenzdruck. Es gibt täglich Castings für Werbefilme, Fotoshootings und Modemagazine. Wer die richtigen Kontakte hat, kommt an die besten Adressen. Bis dahin ist es aber ein weiter Weg.

Die Pariser Laufstege zu erobern gibt es einige Erfolgsfaktoren, die jedes angehende Model mitbringen sollten. Eine der Grundvoraussetzungen ist die Körpergröße. Eine Mindestgröße von 1,75 m zählt dabei seit Jahren als eine der Eintrittskarten für eine professionelle Modellkarriere (in der Regel, Außnahmen gibt es immer, aber seltener). Denn auch wenn die Ausnahmen wie etwa Kate Moss immer wieder für Schlagzeilen sorgen, sind diese Models für eine professionelle Modelagentur weiterhin nur die Ausnahme der Regel. Als zweites Kriterium ist auch das Alter ein entscheidender Faktor. Die meisten Neueinsteiger beginnen mit 16 bis zu 20 Jahren mit dem Modeln. Einige Models werden auch früher entdeckt. Wobei es sich dann meistens um gelegentliche Nebenjobs handelt, die bis zur Volljährigkeit immer die Zustimmung der Eltern voraussetzt. Weiterhin spielen beim Modeln auch andere Merkmale eine große Rolle. In erster Linie zählen dazu ein reine Haut mit nicht sichtbaren Poren sowie gepflegte Haare, die eine Vielzahl von verschiedenen Looks möglich machen.



Wer über genau diese Grundvoraussetzungen verfügt und schon länger mit dem Gedanken gespielt hat als Model zu arbeiten kann mit einer Bewerbung bei einer Pariser Modelagentur den ersten Schritt in die Modelkarriere wagen. Benötigt wird dafür sowohl ein förmliches Anschreiben sowie von einem professionellen Fotograf erstellte Bilder. Wer bereits als Model gearbeitet hat verfügt meist über eine Modelmappe, die bei keinem Vorstellungsgespräch fehlen sollte. Seriöse Agenturen verlangen weder für die Ausnahme in ihre Kartei noch die Erstellung einer Sedcard Geld von ihren Models. Die Ausgaben zählen als eine Investition, da die Agenturen bei den späteren Buchungen ihrer Models ebenfalls mitverdienen. Eine weitere Grundvoraussetzung für die Arbeit als Model ist es Disziplin zu beweisen. Dies gilt bei jeder Art von Buchung sowie den dafür zuvor absolvierten Castings.

Jobs & Buchung für Werbung und Mode

Als Model sind deine Aufgaben sehr vielseitig. Der Anfang ist jedoch meist noch sehr klein mit einem Shooting für Instagram, zum Beispiel Produktfotos als Handmodel, wenn du besser wirst kommen Online Shop Fotos und mit richtig viel Übung auch die ersten Werbespots. Dann gibt es noch den riesen Bereich von Mode: Vom Lookbook für Stardesigner bis hin zur Modenschau. Dein Schlüssel zur Karriere – Disziplin und Ehrgeiz.

Mode und Modenschau

Die meisten jungen Mädchen denken, wenn es ums Modeln geht, meist an die internationalen Laufstege der Welt. Auf dem Runway der Fashion Week Mailand die neuste Mode der angesagtesten Designer präsentieren. Dass du aber direkt nach dem Beginn deiner beruflichen Karriere dort landest, ist eine absolute Ausnahme. Normalerweise sind deine ersten Bookings in einem Showroom. Der Showroom bietet dem Designer die Möglichkeit die neue Mode dem Kunden direkt an einem Model zu präsentieren. Hierbei gilt es Disziplin und Pünktlichkeit zu Beweisen, denn dies kann dein Sprungbrett zur Fashion Week sein. Überzeugst du den Designer mit deiner Arbeit und offenen, aber professionell Art, besteht eine höhere Wahrscheinlichkeit erneut gebucht zu werden. Ein absoluter Traum für jedes Model in Paris.

Werbung, Online Shop und Social Media

Werbung ist ein facettenreicher Bereich voller verschiedener Herausforderungen. Neben den schon erwähnten Fotoshootings für Instagram aber auch Online Shops gibt es noch viel größere Herausforderungen. Denk nur an ein Outdoor Shooting indem du, mit 4 anderen Models, gleichzeitig laufen, lachen und interagieren musst. Alle 5 Models müssen beim Auslösen der Kamera immer On Point sein, so dass dein Fotograf garantiert starke Fotos in der Auswahl dabei hat.

Model werden – Mode, Werbung und Magazine

Ein nicht unbedeutender Teil des Berufs besteht aus Wartezeiten, Arbeitszeiten die oft bis weit in die Nacht andauern und dem Verharren in Posen für das perfekte Bild. Dies alles ist ebenso wie das Schminken und Frisieren der Haare ein Teil der Arbeit als Model. Da die jungen Mädchen oder auch männlichen Models dabei nur ein Teil eines ganzen Teams sind, gilt es das eigene Ego

zurückzuschreiben und sehr schnell eine professionelle Arbeitseinstellung an den Tag zu legen, um als Model wirklich erfolgreich zu sein. Daher ist die Pünktlichkeit eines Models einer der Schlüssel zum Erfolg. Dies gilt besonders für Shootings im Freien, in denen oft nur wenig Zeit bleibt die perfekten Lichtverhältnisse auszunutzen.

Nicht zu unterschätzen ist bei einem Leben als Model auch die Fähigkeit sich Kritik zwar zu Herzen zu nehmen, aber nicht an der häufigen Zurückweisung während der Castings den Spass am Beruf zu verlieren. Denn oft haben die Verantwortlichen bereits ein genaues Bild der Models für ihre Kampagnen im Kopf, bei denen bereits kleine Details den Ausschlag für eine Absage geben können. Für eine erfolgreiche Modelkarriere ist es daher ein großer Vorteil sich ein Netzwerk aufzubauen. Mit den Kontakten zu Fotografen oder anderen Personen aus der Modebranche oder Werbung ist es leichter in Erinnerung zu bleiben und so bei einem zukünftigem Projekt in der engeren Auswahl zu sein. Die Abhängigkeit von Castings ist durch das Netzwerk weit weniger stark als ohne diese zusätzlichen Chancen und Möglichkeiten.

Mindestgröße: Maße und Gewicht

Die „richtigen" Maße und das „perfekte" Gewicht sind immer ein Thema bei Models, schon von der ersten Sekunde. Dabei gibt es nicht das eine Idealbild, verschieden Bereiche fordern verschiedene Grundlagen. Für High Fashion gilt schlank und groß, für Commercial (Werbung) sind die Bedingungen schon flexibler. Auch schwanken die Anforderungen je nach dem, ob du nur national oder auch international arbeiten willst. Grob lassen sich die Größen so einteilen. Je näher du an diesem Maßen bist, desto besser sind die Voraussetzungen – abseits der Personality.

Model Bewerbung: Anschreiben und Fotos

Die wichtigste Regel ist, halte dein Anschreiben immer kurz – am besten, verwende immer das Bewerbungsformular auf der Website. Warum? Hier werden bereits alle wichtigen Informationen abgefragt, so kannst du nichts vergessen, investiert aber auch nicht zu viel Zeit für dein Modelagentur Anschreiben und deine Bewerbung. Denn in einer renommierten und guten Modelagentur, kommen mitunter täglich 50 bis 100 Bewerbungen an. Wenn es nur ein Scout in der Agentur gibt, hat er für jede Bewerbung nur ein paar Sekunden Zeit, neben der eigentlichen Agentur Arbeit. Deshalb musst du durch dein Foto Punkten, nicht durch ein langes Anschreiben.

Modeln in Paris

Es gibt wenige Berufe, wo der Konkurrenzkampf so hoch ist, wie in der Modelbranche. Besonders in Paris kommen teilweise hunderte junge Models zu einem Casting. Da heißt es ehrgeizig bleiben und Disziplin beweisen. Bei diesen werden zudem nur in Einzelfällen feste Termine vergeben, weshalb Wartezeiten einen großen Teil des Alltags ausmachen. Zusätzlich verdient ein Model nur mit den Jobs jedoch nicht mit den Castings Geld. Eine Garantie mit einem Casting auch einen begehrten Job an Land zu ziehen gibt es jedoch nicht.

Zwischen Traumberuf und Realität

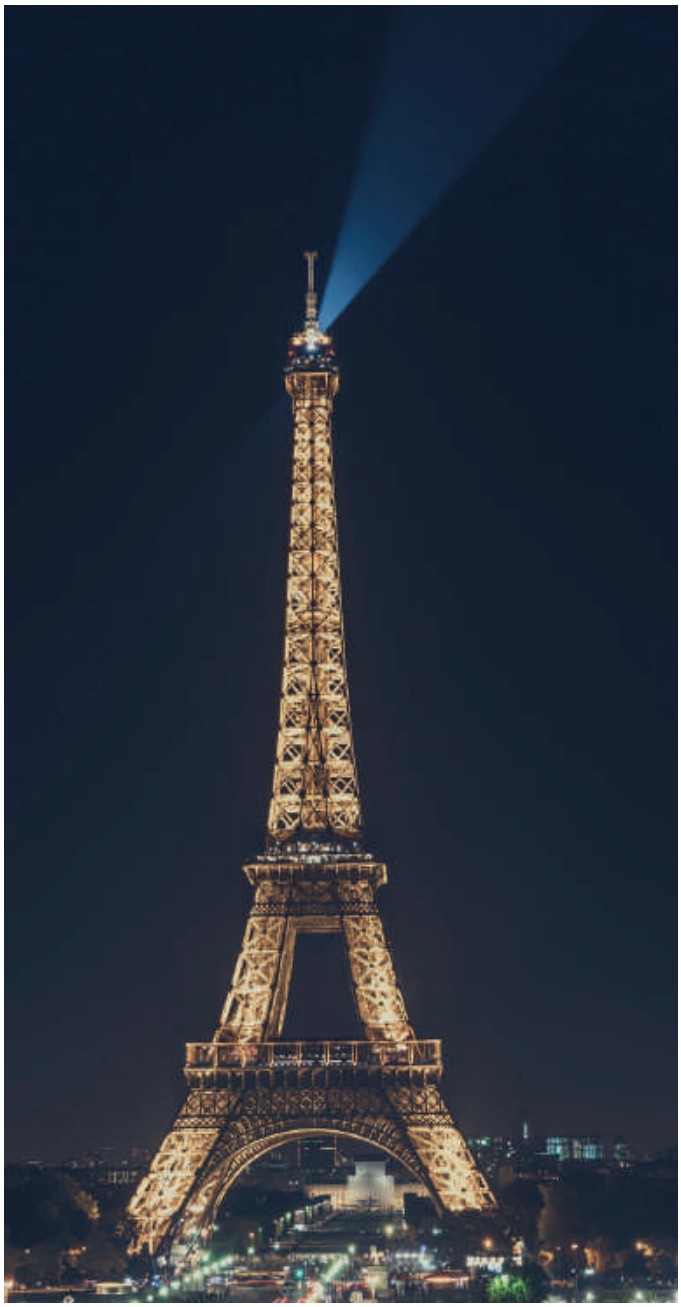
Der Mythos, dass man als Model in kurzer Zeit das große Geld macht, trifft nur auf die wenigsten Models zu. Wenn du dich dafür entscheidest in die Modelbranche einzutreten, solltest du daher nicht davon ausgehen, dass du in kürzester Zeit reich bist. Zu Beginn deiner Karriere gilt es sich erst einmal mit der Hilfe von Editorial Shootings und kleinen Jobs ein Model Book aufzubauen. Der Beruf ist eine Vollzeitbeschäftigung, die nur wenig Freizeit oder Raum für andere Aktivitäten lässt. Anstatt in einem eigenen Apartment beginnt die Modelkarriere überwiegend mit anderen Models in einer WG, die nur selten mit dem von Zuhause gewohnten Standard konkurrieren kann. Zu dem Leben in diesen WGs zählen auch ständig ändernde Mitbewohner, so dass kaum Zeit bleibt sich näher kennen zulernen oder tiefergehende Freundschaften zu knüpfen. Als Model ist man also viel unterwegs und muss für jede Situation gewappnet sein

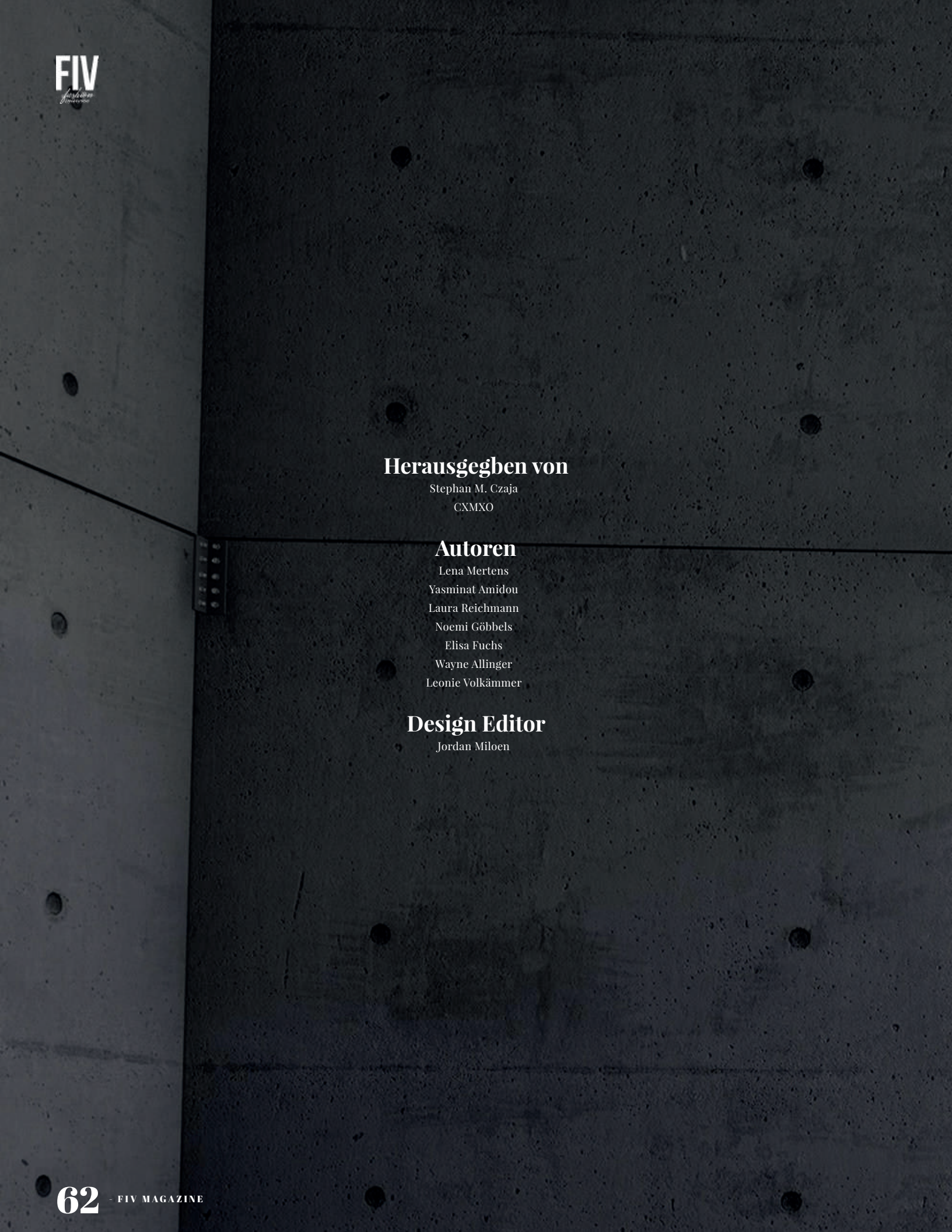
Sprungbrett zur internationalen Karriere zwischen Paris und New York

Du bist in Paris, der Modemetropole, willst aber auch weiter nach Rom oder New York. Einmal hier angekommen erreicht der internationale Wettbewerb der schönsten Models aus allen sechs Kontinenten ein neues Level. Denn jedes der Models, dass es bis hierhin geschafft hat verfolgt das gleiche Ziel auf den großen Modewochen zu laufen und die neuesten Kollektionen der bekanntesten Designer zu präsentieren. Öffentlich bekannt werden natürlich nur die Models, die mit Hilfe einer Modelagentur genau dieses Ziel erreicht haben, wie etwa Gigi Hadid. Die vielen unbekannten Gesichter der Modelbranche geraten da schnell in Vergessenheit. Was diese wenigen Glücklichen heute auszeichnet ist neben ihren Jobs auch die Promotion der eigenen Person in den sozialen Netzwerken. Von Instagram bis zu Facebook ist eine erfolgreiche Modelkarriere heute mit viel mehr Eigeninitiative als nur Fotoshootings oder Catwalkauftritten verbunden. Am Ende entscheidet jedoch immer das Glück, an welches Model sich die Menschen auch in 10 oder 20 Jahren noch erinnern werden.

Modeljobs: Wartezeit und Professionalität

Im Job besteht ein Modelalltag in Paris immer wieder auch aus Wartezeiten. Für das Modell bedeutet dies während des Schminkens und Frisierens über mehrere Minuten oder sogar Stunden stillzusitzen oder auf den Aufbau des Sets für ein Shooting zu warten. Wer hier die Geduld verliert, verhält sich nicht nur unprofessionell, sondern hinterlässt auch beim Kunden einen negativen Eindruck. Dies gilt jedoch nicht nur Verhalten, da auch der Körper eines Models zum Aushängeschild der eigenen Professionalität werden muss. Am Set mit fettigen Haaren oder Hautunreinheiten zu erscheinen ist daher ebenso wie sich gehen zu lassen ein No Go für ein erfolgreiches Model. Das erwarten die Kunden von den Models die sie buchen ebenso wie die Modelagentur, da mit jedem Shooting in der Regel ein enger Zeitplan und ein genaues Budget verbunden sind, die nur wenig Spielraum für ein neues Casting lassen. Insofern hat der Alltag am Set nur wenig mit dem gemeinsam, was Castingsshows für Models vermitteln. Denn schlussendlich zählt in der wirklichen Arbeitswelt eines Models nicht die Wertung einer Jury, sondern vielmehr, dass das Model zur jeweiligen Kollektion oder dem Werbekonzept passt. Zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein, ist daher der wahre Katalisator für eine langjährige Karriere als Model.





Herausgegben von

Stephan M. Czaja

CXMXO

Autoren

Lena Mertens

Yasminat Amidou

Laura Reichmann

Noemi Göbbels

Elisa Fuchs

Wayne Allinger

Leonie Volkämmer

Design Editor

Jordan Miloen



FIV

fashion interview



Fotograf: Oliver Rudolph
Models: Maggie Soler