

WINTER
11/12
2.2011

Alles bleibt besser. Die Gute-Laune-Messerunde /// Image und Schnelligkeit. Das neue Selbstbewusstsein der Eigenmarken /// Alles Alte ist neu. Warum Nostalgie die Mode bestimmt /// Lieb und teuer. Premiumdenim forever? ///

style in progress

wo-men's fashion



€ 6.90



9 780940 0210

Mario Boglioli
„Eleganz ist eine
Geisteshaltung.“



Inspiziert von den Fahrradkurieren
New Yorks: der Biker im Strellson-Look.

Strellson THE ROLLING STYLE

Das Schweizer Modeunternehmen Strellson hat in Zusammenarbeit mit dem italienischen Radsportspezialisten Bianchi das Strellson-Bike entwickelt. Gemeinsam mit der dazu passenden Modekollektion wird das Projekt in dieser Saison unter dem Namen The Rolling Style gelauncht. Es galt, flottes Design mit Funktionalität in Einklang zu bringen. Die speziell entworfene Kollektion umfasst Anzug, Windjacke, Hemden, T-Shirts, Gürtel, Helm und Herrenhandtasche, allesamt ausgestattet mit praktischen Details wie Reflektorstreifen, wasserabweisender Beschichtung und eingenähten Sicherheitstaschen mit Reißverschlüssen. Als Inspiration für The Rolling Style dienten die New Yorker

Fahradkurier, die schneller und auch umweltschonender als alle anderen Verkehrsteilnehmer ans Ziel kommen.

Das Strellson-Fahrrad sowie die Kollektion werden ab März im internationalen Fachhandel, in Strellson-Monostores sowie im Onlineshop (www.strellsonshop.com) erhältlich sein.

www.strellson.com

Truzzi LIMITED EDITIONS

Seit mehr als 120 Jahren steht der Name Truzzi für Hemden von besonderer Qualität. Diese schätzten schon berühmte Persönlichkeiten wie Herbert von Karajan, Clark Gable oder der Herzog von Windsor. Für die Saison Herbst/Winter 2011/12 punktet die italienische Marke neben der regulären Kollektion mit einer Reihe von Limited Editions. Diese stellen außergewöhnliche Qualitäten wie Baumwolle-Cashmere, Samststretch, Micro-Fischgrät, Piquet und Liberty-Muster in den Vordergrund. Ebenfalls nur in begrenzter Stückzahl erhältlich: eine Hemdenserie aus der ägyptischen Baumwolle Giza 87, die nur im speziellen Klima entlang des Nils gedeiht. Neben den Sonderserien zeigt Truzzi verstärkt Flagge in der erfolgreichen Serie gewaschener Hemden, die das klassische Sortiment perfekt ergänzen.

Mit seinen Hemden weiß Truzzi die besten Händler der Welt zu überzeugen, darunter so prominente Namen wie Le Bon Marché in Paris, Selfridges in London, Loden Frey in München, Braun in Hamburg oder Bergdorf Goodman und Saks in New York.

www.truzzimilano.it

Sie stehen seit 120 Jahren für Qualität und Innovation: das beweisen auch die Limited Editions von Truzzi.



Für Nachwuchs bei der Krokodilkundschaft ist gesorgt: Lacoste Live! kümmert sich um die Aufzucht der nachkommenden Kundenklientel.

Lacoste Live! OPTIMISTISCH IN DIE ZUKUNFT

Um die neue Linie Lacoste Live! zu pushen, stehen 2011 weltweit die Eröffnungen von 17 Monobrand-Stores auf dem Programm. Verläuft alles nach den Plänen des französischen Sportswear-Herstellers, so ist man bis 2014 mit insgesamt 60 Läden international vertreten, unter anderem in Paris, New York, London, Zürich, Berlin, Schanghai und Tokio. Lacoste hat die Kollektion Live!, die anstelle von Lacoste Red lanciert wurde, erstmals auf der Bread & Butter im Juli des vergangenen Jahres vorgestellt. Das Design soll Optimismus und Dynamik ausstrahlen und als Ergänzung zum bestehenden Sortiment vor allem junge Leute ansprechen, die bislang noch keine Kunden von Lacoste sind. Ein eigenständiger Internetauftritt sowie die im März 2011 startende Werbekampagne „Unconditional Chic by Live!“ sollen die Popularität von Live! zusätzlich forcieren. www.lacostelive.com