

Rundschau

4898

7/8.2018

Die Fachzeitschrift für
internationale Herrenmode
und Schnitt-Technik

**SCHNITT-
TECHNIK**
Westen

Westen

Basis für alle Reversvesten. Schmalere Westengrund-
schnitt Größe 50 aus 1/8.05.2011, Seite 16 (Einstellhilfe
beim Verlag besond.)

Vorbereitung aller Westen

Revers und Reverskanten werden mit 2 cm Überzug genäht. Das Revers und die Reverskanten werden mit 2 cm Überzug
genäht. Die Reverskanten werden mit 2 cm Überzug genäht. Die Reverskanten werden mit 2 cm Überzug genäht.
Die Reverskanten werden mit 2 cm Überzug genäht. Die Reverskanten werden mit 2 cm Überzug genäht.

**Weste mit
tiefem Revers**
Modell 2048

MODELLSCHNITT

Das Modell ist ein Westenschnitt mit tiefem Revers. Die Reverskanten sind mit 2 cm Überzug genäht. Die Reverskanten
sind mit 2 cm Überzug genäht. Die Reverskanten sind mit 2 cm Überzug genäht. Die Reverskanten sind mit 2 cm
Überzug genäht. Die Reverskanten sind mit 2 cm Überzug genäht. Die Reverskanten sind mit 2 cm Überzug
genäht. Die Reverskanten sind mit 2 cm Überzug genäht. Die Reverskanten sind mit 2 cm Überzug genäht.



EMTC
Zaandam 2018

PITTI UOMO
Kollektionen
F/S 2019



Inhalt

30



36



33

05 PITTI UOMO

Pitti Optical Power
Kollektionen F/S 2019

20 DESIGNERLOOK

Westen-Trends

22 SCHNITT-TECHNIK

Westen mit Reversvarianten

27 JAMMERLAPPEN

Sie ist wieder da!

28 VERARBEITUNG

Posamentenknopf

30 PORTRÄT

Clara Dorothea

32 KONGRESS

EMTC Zaandam 2018

36 BÜHNE + KOSTÜM

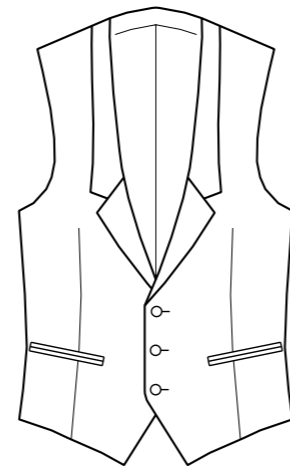
Kostümwerkstatt
Arena di Verona

40 TV-Vorschau

41 Impressum

TITEL Armani, Foto Stefan Knauer

Die nächste Ausgabe erscheint am 28.09.2018



22



05



Die Installation zum
Thema »Pitti Optical
Power« stimmt
die Besucher auf
die farbenfrohen
Kollektionen ein.
(Foto: Angelika Frank)

Pitti Optical Power

Die Pitti Immagine Uomo 94 P.O.P. – die internationale Männermodemesse in Florenz – präsentiert sich mit der Frühlings-Sommerkollektion 2019 als ein farbenfrohes Kaleidoskop, als visuelles Fest mit progressiven Fashion-Impulsen als »Pitti Optical Power«.

Für den Sommer 2019 ist Farbe angesagt: eine imposante Installation mit auf drei Etagen sitzenden weißen Puppen, alle mit großen farbigen Dots bemalt, begrüßt die Besucher und stimmt sie auf die farbenfrohen Kollektionen des kommenden Sommers ein. Die Pitti Immagine Uomo 94, die führende Modemesse Italiens, präsentiert die Herren-Frühjahr-Sommermode 2019 als ein visuelles und virtuelles Fest, als eine heitere farbige Vision, die neue Horizonte öffnen soll. Der große Messebereich in der alten Festung »Fortezza da Basso« mit den vielen einzelnen Hallen ist bunten Farben gestaltet. Die Besucher sollen sich wohlfühlen, denn im Sommer 2019 hat die Farbe mit all ihren Nuancen die Oberhand, das schlichte Schwarz und Weiß ist für den Abend reserviert. Die international stilgebende Modemesse ist ein Spiegelbild neuer Trends. Sie präsentiert das, was zum angesagten Styling gehört – weswegen dort neben

Kleidung auch noch ein umfangreiches Spektrum an Accessoires angeboten wird. Die Messe passt sich dem wandelnden Zeitgeist und seinen Bedürfnissen an. Sie ist ein Ort der Begegnung und des Austausches. Und für vier Tage dreht sich in und um Florenz alles um die »Pitti Uomo«. Unzählige Events runden das reiche Programm der Modetage ab. Daher ist es auch kein Wunder, dass über 30.000 Besucher – davon allein 19.000 Einkäufer (die Deutschen an erster Stelle, gefolgt von den USA (+24 %) und England (+6 %)), zahlreiche Journalisten und Influencer – angereist sind, um die Stände von insgesamt 1.240 Firmen (fast zur Hälfte aus dem Ausland) auf über 60.000 Quadratmetern Fläche zu besuchen.

Fast schon eine Institution sind die legendären »Pitti Boys« – die elegant gestylten Dandys mit Hut, Krawatte und Tasche. Sie haben ihre Spielbühne vor dem Hauptpavillon und stellen sich dort gerne in Pose, schließlich sind sie deswegen aus ganz Italien angereist, ja sogar aus dem Ausland. Ihr Anblick macht Lust auf Mode, denn sie sind äußerst farbenfroh angezogen – zum hellrot-weißen Nadelstreifenanzug trägt der »Pitti Boy« goldene Schuhe und eine lässige Oversize-Brille. Eines wird bei der 94. Pitti Uomo deutlich: die super engen Slim-Fit-Sakkos sowie die zu kurzen und superengen Hosen sind out. Im Sommer 2019 trägt man es wieder weiter und lässiger, casual ist angesagt. Allerdings bleiben die trendigen Farben wie Gelb, Orange, Pastelltöne, Karos, Pepita,

Tartan weiterhin hoch im Kurs, jedoch die Schnittform und die Art und Weise wie man Kleidung and Accessoires kombiniert, haben sich einem Wandel unterzogen: Layering ist der Trend!

Im Hauptpavillon, dem Padiglione Centrale, dem Herzstück der Messe, haben die Aussteller der Sektion Contemporary Classic ihren Stand. Ihre Kollektion zeigt die aktuelle Entwicklung im Menswear und im Design. Im Fokus stehen aber die weltberühmten Firmen, die die hohe Schneiderkunst zeitgenössisch interpretieren und mit ihren Anzügen, Sakkos und Hemden im Premium-Bereich der Herrenmode Trends setzen. Ihre Aufgabe ist es, zwischen dem eher sportiv gehaltenen »Modern Classic« und »Premium« eine Brücke zu schlagen.



Diese Saison tragen die »Pitti Boys« keine superengen Hosen mehr – casual ist angesagt! (Foto: C. Mallebrein)

FLORENTINER LUXUS & MODERNES TAILORING



Blousons aus opaker Technoseide und Fieldjackets. Entspannt und easy zeigen sich die formalen Anzüge in ultraleichter Wolle und Kaschmir. Für den Traveller ein Must-have ist das leichte Reisejackett in neuem Styling mit unsichtbaren Taschen.

Filippo Ricci, der Sohn des Besitzers und Art Direktor der Firma, erklärt, weshalb dieses Label seiner klassischen Linie treu bleibt und dennoch so modern und trendy wirkt: »Wir fühlen uns seit 46 Jahren unserer Philosophie verpflichtet. An erster Stelle steht die hohe Schneiderkunst in Design und Qualität, die jedoch ständig aktualisiert und dem Zeitgeist angepasst wird.« »Unsere Mode ist eine perfekte Kombination aus Tradition, gepaart mit Innovation. Wir sind ständig dabei, Neues zu entwickeln, dies betrifft auch die Accessoires. So werden die Knöpfe und Manschettenknöpfe exklusiv für uns in der Toskana hergestellt. Mein Vater entwirft das Design immer neu und wählt die passenden Steine aus. Wir sind modisch, aber alles ist wohl dosiert und distinguert. Jedes Detail hat seinen Platz in der Kollektion. Unsere Kunden sind meist über 35 Jahre alt. Circa 15 Prozent unserer Produktion nimmt der Bespoke-Sektor ein.« Die Kollektion lässt Ricci in Fiesole produzieren. Dort arbeiten über 300 Mitarbeiter in der Produktion.



©Fotos: Stefano Ricci

Stefano Ricci

Ein Video mit Bildern der Insel Montecristo entführt den Besucher in ein Paradies romantischer Buchten mit kristallklarem Wasser. Diese entrückte Welt in edlen Tönen von Blau spiegelt sich in den Merkur- und Poseidonblauen Jacken wider, die den Träger durch einen Filter vor Nässe und Wind schützt. Schwerelos präsentieren sich reversible

HERITAGE-KLASSIK



Polohemden unter Sakkos und weite Hosen für die jüngere Zielgruppe. (Foto: Corneliani)

CC Collection Corneliani - Metamorphose

Das Thema der kommenden Sommersaison sind die je nach Licht schillernden Flügel eines Käfers in Grün-, Blau- und Korallentönen. Dieses Farbspektrum wird von Corneliani aufgegriffen, vor allem bei den Jacquardgeweben der Sakkos in verschiedenen, oft komplementären Farben.

Die CC Collection Corneliani für das junge Publikum steht auf Layering: Über dem destrukturierten Sakko aus Leinenmix trägt der gestylte Millennial ein Jeansblouson und darüber einen lässigen Trench. Die Hosen zeigen etwas mehr Weite und weniger Slim-Fit. Absolut ein modisches Must-have ist der elegante Doppelreihler in feinem Jersey, etwas länger als gewohnt im Schnitt, dazu ein Einstecktuch; die Krawatte ist überholt. Passend fürs Meeting ist der zweiknöpfige Jerseyanzug mit schmalen Revers ohne Pattentasche. Das technische Fieldjacket aus beschichteter Baumwolle zeigt modisch braune Streifen. Eingearbeitete Knöpfe und Träger ermöglichen es, das Jackett lässig über die Schulter zu hängen. In einem reichen Sortiment an eingearbeiteten Taschen auf der Innenseite, findet alles Wichtige seinen Platz. Elegante kurze Hosen sorgen für Frische und reflektieren die Dynamik und Mobilität der Männer von heute. Passend dazu trägt man Polohemden mit Pyjamakragen. Ideal für den Globetrotter ist der »smart suit« aus knitterfreier Wolle.

Corneliani

Nach dem Erfolg der letzten Winterkollektion auf der Pitti Uomo stellt sich das altherwürdige Modehaus aus Mantua auch für die Sommerkollektion 2019 gleich mit zwei Präsentationen vor. Zur klassischen Linie von Corneliani sagt Kreativdirektor Stefano Gaudioso Tramonte: »Das Wichtigste ist die Freiheit, die wir unseren Kunden lassen, selbst zu entscheiden, wie und was sie kombinieren möchten. Der klassische Anzug hat eine schlichte Linie aus hochwertigen Materialien, gearbeitet mit höchster Präzision in bester Schneiderkunst.



©Foto: Cornelia Mallebrein

Er kann allerdings mit einem Sweat oder einer Hose mit Tunneldurchzug kombiniert und aufgelockert werden, dieses Aufbrechen von klassisch zu casual ist der kommende Sommerlook. Allerdings versteht sich von selbst, dass das Sweat aus feinstem Jersey und die Tunnelhosen aus edlem Wildleder gearbeitet sind«. 1930 gründete Alfredo Corneliani die Firma, als er aus Segeltuch schicke Regenmäntel entwarf, erst später kamen Anzüge hinzu. Dieser alten Tradition bleibt Corneliani heute treu und stellt edle klassisch-englische Regenmäntel her. Um das Angebot zu erweitern, führt man neben der klassischen auch eine junge Linie.

SMART CASUAL-ITALIEN

Luigi Bianchi Mantova & Lubiam

Passend zum Thema P.O.P. »Pitti Optical Power« hat die Firma **Luigi Bianchi Mantova** in Zusammenarbeit mit dem italienischen Stoffproduzenten Jannelli & Volpi ein »Optical Jacket« kreiert. Das Muster der phantasievollen Kreation »Time after time« des Designers Matteo Ragni – eigentlich gedacht für eine Wandtapete – wurde auf den Futterstoff (83 Prozent Seide und 17 Prozent Baumwolle) des Blazers gedruckt. Modisch elegant ist das Jackett in Wolle und Seide in Blau-tönen mit Madras-Muster, dazu trägt man eine blaue Hose in den gleichen Tönen.

Bei der Kollektion **Lubiam** steht die Leichtigkeit des Materials im Vordergrund. Neue Färbe- und Waschmethoden geben den Naturfarben in dezenten bis leuchtenden Tönen einen besonderen Look: Sand- und Kamelfarben, warmes Nuss bis dunkles Braun. Die Farben erscheinen bewegt und zeigen sich dreidimensional. Die Kapsel-Kollektion der Sakkos ist erweitert durch Einzelreih-/Doppelreih Westen aus Strick mit Regimental-Streifen.



Futterstoff-Design für das Optical-Jacket und Sakkos aus der Lubiam-Kollektion. (Fotos: Lubiam)



Altea

Die international bekannte italienische Schneiderfirma setzt auf eine umfangreiche und ungewöhnliche Bandbreite an Farben für ihre Sakkos in Leinen, Seiden-Baumwolle und Baumwolle-Leinen. Sie weiß, dass es das internationale Klientel gerne bunt mag. Für Altea läuten nicht weniger als 28 trendige Farben in den Schattierungen von Beige, Sand, Gelb, Rost und Leder bis hin zum Militärgrün oder Blaugrau den kommenden Sommer ein.

Ein kleiner Ausschnitt aus dem Fabrspektrum der neuen Kollektion. (Foto: Cornelia Mallebrein)



©Fotos: Cornelia Mallebrein

Paolo Pecora

Filippo Pecora (Foto rechts) und seine innovative Kollektion inkl. Doppelreih »Principe di Galles« aus recyceltem Material.

Filippo Pecora hat die Leitung der Mailänder Firma für die Männerkollektion seit einigen Jahren inne. Er versucht der Marke durch innovative Konzepte eine neue Richtung zu geben: »Wir können uns dem Einfluss der Streetwear nicht mehr entziehen. Ich versuche jedoch, eine Balance zwischen schick-elegant und casual-modisch zu finden, d.h. ich verbinde klassisches Design mit technischem Design. Auch müssen wir den Einfluss der Workwear auf die Mode ernst nehmen. Ebenso das Thema Nachhaltigkeit.« Beim Doppelreih in Principe di Galles verarbeitet er

30 Prozent Polyester, hergestellt aus recyceltem Material und 70 Prozent Baumwolle. Sein Konzept für den Sommer 2019 heißt: »Verso l'onda« (Gegen die Welle). Er setzt die neue entspannte Silhouette sehr raffiniert in Szene. Eine besondere Note entsteht durch schicke Prints und raffiniert platzierte Wordings des Streetart-Künstlers Domenico Romeo. Kurze Hosen finden wir allerdings nicht im Sortiment, da Filippo Pecora sie wenig männlich findet und praktische Chinos mit entspannten Schnitten und oft mehreren Taschen (auch für Handwerksutensilien) vorzieht.



Die doppelt eingefärbten Sakkos sorgen für einen besonderen Look.

Boglioli

Auch Boglioli setzt auf Farben: Der Sommer soll bunt sein! Ein Novum sind die zweimal eingefärbten Sakkos. Zunächst werden sie angefertigt und erst dann gefärbt, gerne auch in zwei Komplementärfarben wie Orange und Blau. Ein spezielles Salz sorgt für das Verfließen der Farben in raffinierte Farbverläufe und den besonderen, schimmernden Effekt. Die Jacken sind ohne Innenfutter und mit Doppelschlitz. Sie werden nur aus Naturstoffen wie leichte Sommerwolle, Baumwolle, eine Mischung aus Leinen-Seidenwolle und Solaro angefertigt.



SMART CASUAL & STREIFEN ÜBER STREIFEN

Lardini

Die Lardini-Geschwister Luigi, Andrea, Lorena und Annarita feierten auf der Pitti-Messe ihr 40-jähriges Bestehen. Club Sartoria heißt die neue Kollektion. Sie vereint technisches Outdoorwear und destrukturierte Jacken mit relaxed Tailoring. Lardini hat als Inspirationsquelle die Côte d'Azur gewählt, insbesondere den alten Hafen von Saint-Tropez.

Passend für die Bar am Hafen ist die mehrfarbig gestreifte Baumwolljacke in Kombination mit einem blauen Seiden-Woll-Polo zu einer Denimhose im Baumwolle-Leinen-Mix, oder die beige Jacquard Jacke mit schokofarbenen Streifen in 100 Prozent Leinen mit rostfarbenem Polo aus 100 Prozent Kaschmir und Seide, dazu eine sandfarbene Baumwoll-Leinen-Hose. Für das elegante Event schlägt Lardini einen klassischen Karogitter-Anzug mit Regimental-Krawatte aus Wolle-Seide-Leinen vor. Auch Lardini setzt auf Nachhaltigkeit, so werden bevorzugt Stoffe aus Bioproduktion verwendet, aber auch Materialien aus Rohstoffen wie dem Tencel-Stoff aus Eukalyptus und Bambus.



©Fotos: Lardini

Für die Kollektion »Club Sartoria« diente der Hafen von St. Tropez als Inspiration.



Manuel Ritz

Das Label orientiert sich am Sommerlook der 50er Jahre, setzt diesen aber neu in Szene und interpretiert ihn neu: zum einen im Retrostil, gleichzeitig aber auch modern. Zur Jacke mit Beach-Druck trägt der Mann edle Jeans und weiße Sneakers. Die farbenfrohe Palette ist weit gespannt und umfasst fast alle Farben des Spektrums, bevorzugt Rot, Pink, Elektrischblau und Neongrün, Beige, Grau und Weiß. Auch hier ist Layering angesagt: Kurzarmhemden, Sweats und Jacketts über T-Shirts, dazu gemusterte Bermudashorts und klassisch sportliche Hosen – auch in Denim.



Retro-Prints und moderne Schnittführung treffen bei Manuel Ritz aufeinander.

©Fotos: Manuel Ritz

Tagliatore

Leichtigkeit steht im Mittelpunkt der Kollektion. »Nicht nur das Material, auch die Struktur und die Verarbeitung sind so leicht, dass man durchschauen kann«, erklärt Pino Lerario, Stildirektor bei Tagliatore. »Dieser kostbare Stoff wird in Biella hergestellt und stammt eigentlich aus dem Hemdensektor«, sagt Lerario weiter. Bei einem frischen Total-Look bieten die futterlose Verarbeitung und die wenigen Nähte eine saubere Innenansicht.

Bestseller bleibt der Jersey mit kerniger Bindung und Struktur sowie Checks und immer wieder Streifenmuster, auch beim Zwei-Knopf-Sakko mit breiterem Lanzenrevers und Hornknöpfen in Tabak- und Blautönen. Die Weste gehört zum perfekten Dress. Die Hosen sind ohne Bundfalten.



Bestseller-Sakko mit Lanzenrevers und passender Weste. (Foto: Cornelia Mallebrein.)

SMART CASUAL DEUTSCHLAND

Bugatti

Die Firma steht für unkomplizierte und legere Mode. Dies strahlen auch die sommerlichen Baumwoll-Leinen-Sakkos mit zeitgemäßen Shirt- oder Stehkrägen aus. Auch Fieldjacketts mit aufgesetzten Taschen stehen hoch im Kurs.

Die Chinos haben Bundfalten, eine schmale Fußweite und körpernahe Passformen. Sie sind und bleiben Fashionliebhaber, nicht nur in Uni-Farben, sondern auch in bunt gewebten Karos. Die Kollektion von Bugatti ist provokativ, aber auch wieder sehr dezent gehalten mit kleinen Mustern und Streifen. Auch Bugatti setzt auf Nachhaltigkeit. Die »Made in Italy«-Jeans werden konsequent umweltfreundlich produziert.



©Foto: Bugatti



Frische Sommerfarben für den festlichen Anlass. (Foto: Cornelia Mallebrein).

SMART CASUAL SCHWEDEN

Cavalieri

Auf dem deutschen Markt verkauft die schwedische Firma Cavalieri vor allem edle Anzüge für Festivitäten wie Hochzeiten. Die Trendfarbe für den Sommer 2019 ist Pflaume. Edel sind aber auch frische Sommerfarben, die das Licht des Nordens widerspiegeln, elegante Schattierungen von Grün, Türkis und hellen Naturtönen. Die Geschäftsführerin Sophia Frick betont die hohe Qualität der verarbeiteten Naturmaterialien, wie Wolle und Seide. »Für unsere Kollektion verarbeiten wir nur beste Stoffe wie die von Vitale Barberis Canonico. Die Sakkos mit einer ganz leichten Verstärkung in den weich gehaltenen Schultern sind slim in der Passform, wie auch die Hosen in klassischer Länge.« Cavalieri setzt auf schnelle Lieferung und das Baukastensystem, d.h. 30.000 Kleidungsstücke liegen lieferbar im Lager bereit, das meiste kann untereinander kombiniert werden.

HEMDEN & HOSEN



Dieses Hemd wurde mit Naturfarben behandelt. (Foto: C. Mallebrein.)



Eton

Der Kreativdirektor der schwedischen Hemdenfirma, Sebastian Dollinger, hat seine Kollektion der Transformation und den Metamorphosen gewidmet. Auf einem T-Shirt wird eine Avocado zum Elefanten und ein Zebra zum Hahn. Das Design eines anderen Hemdes besteht aus zarten langen Beinen, die in einer umgekehrten Rosenknospe enden, ein Flamingo wird zur Eistüte und eine Blume zur Giraffe.

Der Träger der Mode soll sein Gegenüber motivieren auf Entdeckungsreise zu gehen. Sebastian Dollinger sagt dazu: »Neues entsteht durch ungewöhnliche Kombinationen, sie werden zu aufregenden Gebilden. Die Transformation steht im Zentrum der Sommerkollektion 2019. Metamorphosen faszinieren, so die Verwandlung eines Tieres, oder die eines Menschen. Die neue Linie »Softklassisch« ist ein Mix aus casual- und business-Shirt. Ein Shirt unterliegt der Transformation und je nachdem in welchem Kontext man es trägt, wirkt es elegant oder sportlich leger.« Die Hemden sind weich in der Haptik und haben keine festen Kragenstege, sondern sind zart unterlegt und die abgerundeten Manschetten sind schmal abgesteppt. Ein Schwerpunkt und unverzichtbares Must-have sind farbenfrohe Accessoires wie Tücher und Krawatten – oft sind sie sogar exklusiv handbemalet.



© Fotos: Cornelia Mallebrein

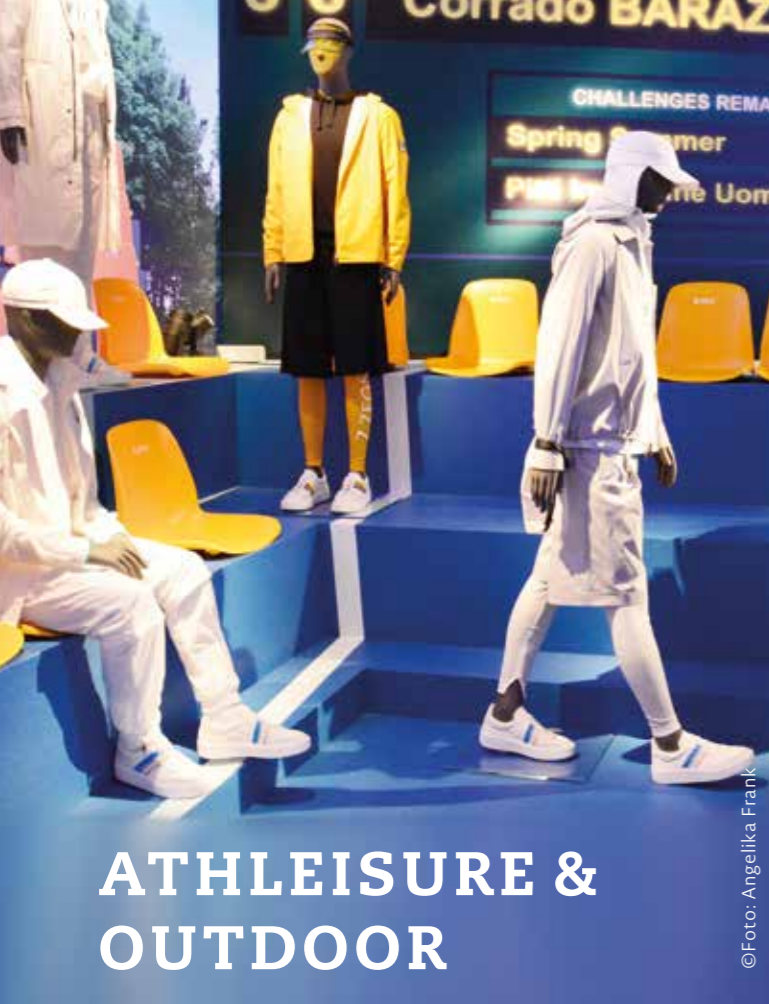
HERITAGE ENGLAND

Chrysalis

Charlotte Chrysalis präsentiert sehr klassische und handgearbeitete Mäntel sowie Jacken. Ihr Vater Chris, von Hause aus Schneider, leitet seit 35 Jahren diese exklusive Manufaktur aus North Hampton Share, berühmt für Outdoorwear. »Alles ist von Hand gearbeitet. Mein Vater verwendet nur die besten britischen Tweedstoffe. Zwischen Stoff und Innenfutter kommt eine wasserabstoßende Membran. Unser Markenzeichen ist die lange Jagdjacke mit detaillierten Kragenkonstruktionen, 5 cm breitem Gurt und großzügigen aufgesetzten Pattentaschen mit Quetschfalten. Früher musste man einen Wachsüberhang gegen Wasser tragen, heute genügt der Mantel«, sagt Charlotte Chrysalis. Mehr als 30 Personen arbeiten in der kleinen Familienfirma, die etwa 50 Prozent hauptsächlich nach Belgien und Deutschland exportiert. Chrysalis produziert auch für andere Luxusbrands.



©Foto: Chrysalis



ATHLEISURE & OUTDOOR

©Foto: Angelika Frank

Die neuen Athleisure-Kollektionen stehen für Lässigkeit und Entspannung. Der Mann von heute trägt im Büro lässige Hoodies und Sporthosen; ein Umdenken hat in der Modewelt stattgefunden. Joggpants mit auffallenden Seitenstreifen und Sneakers in leuchtenden Farben waren früher im Office-Look undenkbar – heute sind sie salonfähig und haben eine eigene Bezeichnung bekommen: »Athleisure Wear«.

Nick Wooster X Paul & Shark

Immer wieder für eine Überraschung sorgt die Design- und Instagram-Ikone Nick Wooster aus New York. Er selbst erscheint in einem extravaganten Outfit mit Ringelshirt und weitgeschnittenen, langen Glitzerbermudas. Nick Wooster ist der Design-Verantwortliche für die Sommerkollektion 2019 der alteingesessenen italienischen Sportfirma Paul & Shark.

Ihr Besitzer, Andrea Dini, ist begeistert über das Interesse der Einkäufer an seinem Stand: »Ich hatte es im Gefühl, dass Nick unseren Produkten den richtigen Touch verleihen würde. Seit zwei Jahren kommt er regelmäßig in die Firma zum Brainstorming für unsere klassische Kollektion. Jetzt haben wir

Zegna

Zegna setzt auf Athleisure. Die Kollektion besticht durch sportliche Kleidung mit sartorialem Look. Die Design-Verantwortlichen wurden inspiriert von Sportarten wie Tennis und Golf. Die Betonung liegt auf einer eleganten Lässigkeit – aber mit Stil. Im Trend sind bunte Sakkos mit passender Hose, die an den Seiten breite Streifen zeigen, gerne in hellem Rot und Sonnen gelb. Es dominiert die Farbe, graphische Drucke setzen Akzente sowie auch dekorativ platzierte Wordings. »Weightlessness«, die Schwerelosigkeit der Kleidung, ist ein wichtiges Thema. Der Mann soll sich wohlfühlen, aber trotzdem die Sicherheit haben, korrekt und stilsicher gekleidet zu sein. Alles passt zusammen, angefangen von den Sneakers über die Kleidung bis zur Schilmütze. Neben den klassischen Bermudas, T-Shirts und Hemden sind die Bomber ein Must-have.



©Foto: Conelia Mallebrein

ein Co-Branding für den Bereich der Sportmode, die neue »Capsule-Collection«, entwickelt. Die Firma verarbeitet wasserresistente, atmungsaktive und ultraleichte Stoffe. Nick versieht diese Materialien mit einem breitflächigen Patchwork-Design in Uni oder als florales Hibiskus-Muster, in dem sich kleine stilisierte Haifische tummeln, die unser Logo sind. Ins Auge sticht ein Kurzmantel aus reversiblen Bouclé im Chanelstil, ein blumiger Jacquard-Blouson aus Segeltuchmix mit Hibiskus-Design. Auch hier sind kleine Haifische dezent versteckt. »Die Qualität macht den Unterschied. Alles ist 100 Prozent »Made in Italy«, außerdem setzen wir auf Nachhaltigkeit in der Wahl unserer Materialien«, so Dini.

OUTDOOR DE LUXE & NACHHALTIGKEIT

Sease

SEA wie Meer und EASE wie Entspannung, so nennt sich die neue Modelinie der Brüder Giacomo und Franco Loro Piana. Das Label ist dem Sport verpflichtet und bietet höchste Qualität und innovatives Design im Segment Sportswear. SEASE zeigt sich modern und zeitgemäß, ein Schwerpunkt liegt auf der Nachhaltigkeit in Verwendung der Materialien. Nur durch Umdenken kann die Natur gerettet werden, auch in der Kleidung.

Die beiden Brüder verarbeiten daher Galvani und Bio-based-Nylon, das aus Rizinusamen gewonnen wird. Die Stoffe produziert die italienische Firma Fulgar, renommiert für ihre futuristischen und umweltschonenden Technostoffe. Für ihre wattierten Jacken wird aus Plastikflaschen recyceltes Polyester verwendet. In einem Oberstoff sind ca. zehn Flaschen verarbeitet, zwanzig in der Füllung. Für die Waschung des Denimstoffes werden rein natürliche Lösungen verwendet, die aus den Schalen von Krustentiere gewonnen werden. Bei den wasserabweisenden Jacketts und Westen aus Sunrise (70 Prozent Wolle und 30 Prozent Bio-based-Nylon) in den klassischen Farbe Rost und Blau elektrisch, sorgt eine dünne Membran zwischen Oberstoff und Wollfütterung für Schutz.



©Fotos: Conelia Mallebrein, Sease

Armata di Mare

die klassische italienische Sportfirma, bietet smarte Athleisure Mode für den Liebhaber der Meere, den Segler, den Yachtbesitzer oder die Cruise. Die Firma stellt ein sportliches und klassisches Outfit aus natürlichen Stoffen wie Leinen-Baumwolle vor. Der Schnitt ist nicht mehr slim, sondern regular – Bequemlichkeit mit Drop 6 hat Vorrang. Auch bei Armata di Mare setzt man auf die neue Leichtigkeit bei Sakkos und Jacken. Die Blousons sind aus fast transparentem und atmungsaktivem Leinen mit Kapuze. Armata konzentriert sich auf Naturstoffe, sie sind elastisch und oft goffiert. Die Hosen haben einen elastischen Gürtelbund, nichts soll den Träger einengen. Die Beinweite hat sich auf 18 cm eingependelt. Ein Chambray-Stoff, der eher für Hemden verwendet wird, dient als Stoff für modisch bequeme leichte Jeans. Auch Armata produziert in Italien.



SPECIAL GUEST

Roberto Cavalli

Hoch oben auf dem Monte Acuto thront die »Certosa San Lorenzo di Galluzzo«, ein ehemaliges Kloster der Karthäuser aus dem Jahre 1341. Der Innenhof, umgeben von gotischen Bögen, wurde zur Bühne für die Modenschau der Sommerkollektion 2019. Es war zugleich auch die Premiere des neuen englischen Designers Paul Surridge. Der 44-jährige ist seit einem Jahr Kreativdirektor der Gruppe Cavalli. Sein Ziel ist es, das Modehaus wieder zu internationalem Ruf und Glanz aufblühen zu lassen. »Cavalli reloaded« soll für Aufschwung sorgen. Das berühmte Leo- und Tigerdesign wird verfremdet, im Stil und in der Farbe, so findet man es auf roten bzw.

blauen legeren Hose oder Jacken. Das animalische Motiv durchzieht seine Kollektion, dezent eingesetzt oder auch mit ganzer Kraft in einer pseudo Camouflage-Jacke. Die Schau beginnt mit der Farbe Weiß und endet mit einer Kollektion in Schwarz, dazwischen tragen die jungen Models 34 verschiedene Modelle mit Farben aus der Pop Art. Surridge versteht das Spiel mit dem Layering und der neuen Sehnsucht und Hype nach Easyness. Seine Kollektion soll für alle Altersstufen tragbar sein, er peilt aber vor allem das jüngere experimentierfreudige Publikum an.

©Foto: Conelia Mallebrein



©Fotos: Stefan Knauer

SCANDINAVIAN MANIFESTO

Ein Schwerpunkt von Pitti Umo ist Mode aus Skandinavien, die immer mehr Marktanteile gewinnt. Der skandinavische Mann steht für die Liebe zur Natur, einem großen Umweltbewusstsein und Aufgeschlossenheit für neue Technologien. Die Pitti Umo 94° hat die bekanntesten und vielversprechendsten Talente aus dem Sektor Menswear aus ganz Skandinavien unter der Rubrik »Scandinavian Manifesto« eingeladen. Insgesamt 17 Kollektionen aus Dänemark, Schweden und Norwegen sind vertreten.

Johannes und Adele

sind im Leben und im Beruf ein Paar: »Wir schneiden das, was wir selbst anziehen. Es muss bequem und unisex sein, so können wir alles tauschen«, erklärt die Französin Adele Gillardeau, die in Antwerpen bei Esmod studiert hat. Johannes Leijonberg aus Schweden hat sie in der Fashionszene in Belgien getroffen. Heute wohnen sie in der Dordogne. Kleidungsstücke wie der Caddy Kimono Trench oder der leichte Sommer- oder Hemdenmantel sowie die leichten Jacken aus handgearbeiteter Baumwolle können von Frauen und Männern getragen werden. Modelle aus feinstem englischem Tuch werden in Frankreich oder Schweden verarbeitet, solche handgewebten Materialien in Indien. Die Zeitschrift »Elle« bezeichnete sie letztes Jahr als »The Best new Upcoming Brand« in Nordeuropa.



Das Designer-Paar präsentiert einen unisex Hemdmantel aus der aktuellen Kollektion. (Foto: C. Mallebrein.)

SPECIAL EVENT

Japan

Die japanischen Designer sind bekannt für ihren avantgardistischen Ansatz im Design. Dank ihrer Kreativität und ihres hohen Könnens in der Schnittkunst bringen sie neue Fashion-Impulse in die Modewelt. Daher richtet die 94. Pitti Uomo einen speziellen Fokus auf die interessantesten Marken aus dieser Region.

Fumito Ganryu stellt nach seiner Tätigkeit für die Gruppe »Comme des Garçons« sein eigenes Label als »Special Project« vor. Sein Ziel ist es, die Essenz seines ganz persönlichen Stils zu präsentieren, eine Art neue Philosophie von modern: »Ich stelle mich der Gegenwart, daher interessieren mich die Wünsche der jungen Generation. Ich suche den Dialog zwischen Tradition und Heute. Das Resultat ist eine konzeptuelle Streetwear, sehr avantgardistisch im Stil und in der Herstellung«.

Bed j.w. Ford, das 2010 vom Autodidakten Shinpei Yamagishi gegründete Label, zeigt zum ersten Mal außerhalb Japans sein innovatives Bekleidungskonzept zwischen klassischer Schneiderkunst, modernem Design und gewagtem Layering. Geschickt verbindet er die verschiedensten Stilrichtungen, seine Streetwear ist zum einen formal und zugleich auch lässig entspannt. 2016 erhielt er den Tokyo Fashion Award.

©Foto: Bed j.w. Ford



©Foto: Fumito Ganryu

Guest Designer Craig Green

Der 32-jährige Engländer hat sein Brand im Jahr 2012 lanciert. In den fantastischen Gärten der Boboli präsentierte er in seiner Show die neue Kollektion. Die Models tragen Arbeiteruniformen, wie die der Briefträger und Feuerwehrleute – aber in neuem Farbdesign und verfremdet im Look. Er spielt mit dem Layering der Materialien, sucht nach einer Balance zwischen Ästhetik und Funktionalität. Seine Jacken im Arbeiterstil wurden im Metropolitan Museum in New York anlässlich der China-Ausstellung »China: Through the Looking Glass« gezeigt. Er wurde mit dem British Menswear Design-Preis bei den Fashion Awards 2016 und 2017 ausgezeichnet. »Florenz ist eine traumhafte Bühne. Ideal, um in der Modewelt bekannt zu werden«, erklärte er nach der Schau.

Forét

Jeppe Meier ist der Brand Manager und Jesper FINDERUP der Designer des Labels Forét. Im Jahr 2014 haben die zwei Schulfreunde beschlossen ihre Leidenschaft für Mode und Design mit einer eigenen Kollektion Ausdruck zu verleihen. Ihr Credo lautet: Streetwear gemischt mit klassischer Schneiderkunst: »Wir verarbeiten nur Naturfasern und Stoffe aus Recyclingmaterial, denn wir fühlen uns der Natur und Umwelt verpflichtet, daher auch unser Markenname. Das meiste wird in Portugal produziert. Wir setzen große Hoffnungen auf den deutschen Markt, denn die Einkäufer von KADEWE in Berlin haben bereits Kontakt mit uns aufgenommen.«

Brand Manager
Jeppe Meier
(mit Hut) und
Designer Jesper
Finderup.



Velour by Nostalg

Klassische Menswear auf der Basis von Nachhaltigkeit ist das Ziel der Firma Velour. Vor 21 Jahren begann der Gründer Per Andersson in Göteborg mit einem Laden, in dem alten Militäruniformen und Accessoires der 40er/50er/60er Jahre angeboten wurden. Schon nach zwei Jahren war alles verkauft und so begann Velour, Mode im Military Stil zu entwerfen. Von diesem Stil sind nur wenige Reminiszenzen geblieben und so zeigt die Sommerkollektion 2019 viele bunte und florale Motive. »Wir verarbeiten Tencel-Stoff aus dem Pinien- oder Eukalyptusbaum, da er so leicht wie Seide ist«, erklärt Joakim Ringsgård und hält stolz eine Plastikflasche neben den dunkelblauen klassischen Tuxedo. »Dieser Smoking ist aus recycelten Plastikflaschen und recycelter Wolle gearbeitet. Sieht man ihm das an?«

Per Andersson
(links) mit Joakim
Ringsgård
(Retail Manager)



©Fotos: Cornelia Mallebrein

GUEST NATION GEORGIEN

Die Präsentation der Kreativszene aus Georgien wurde vom Joint Venture der Stiftung Pitti Immagine Discovery und der Mercedes Benz Modewoche Tbilisi gefördert. Im Fokus stehen die Kollektionen von sechs der bekanntesten Fashion Designer des Landes. Sie möchten ihre georgischen Wurzeln nicht verleugnen und ihnen in ihrer Mode eine Stimme verleihen. So verarbeiten sie traditionelle Materialien, oft auch alte wertvolle Kleidung, aber neu interpretiert in schickem zeitgemäßem Look. **Tatuna Nicolaishvili** verarbeitet seit 10 Jahren Naturstoffe und Wolle zu genderlosen Capes und Westen. International konnte sie schon mit Schauen in Mailand und China einige Erfolge aufweisen. Sie nennt die neue Kollektion »Tokio«.



Das Label **Vaska** lässt sich vom europäischen Film der 60er Jahre inspirieren. Manager Vaska und Designer mit Schneiderausbildung Basili setzten auf Nachhaltigkeit. Auch sie verarbeiten Natur- und Vintage-Stoffe, ja sogar Recyclingmaterial in Handarbeit zu Jacken oder leichten Mänteln. Ihr Konzept ist Layering. Bislang verkaufen sie ihre Männer- und Damenkollektion vorwiegend nach Moskau und in die postsowjetischen Länder.

©Fotos: Vaska



©Fotos: Persian Idea

IRAN - PERSIAN IDEA

Interessant und unerwartet war eine Präsentation iranischer Herrenmode. Sie wurde organisiert vom Fashion Studio »Persian Idea«. Man gab sich große Mühe, das Publikum zu überzeugen, dass es im Iran durchaus schicke und trendige Mode gibt. Ein mutiger und wichtiger Schritt. Das Land schafft sich Gehör auf modischem Gebiet.

Das Designer-Team »Persian Idea«, unter der Leitung des Geschäftsführers Javad Sedghamiz hat sich auch der Verarbeitung von nachhaltigen Stoffen verschrieben. Die Mode ist tragbar und doch schick mit ihren geometrischen und asymmetrischen Schnitten. Es dominieren die Farben Weiß, Blau und Schwarz, aber mit himmelblauen, senfgelben und orangefarbenen Intarsien oder Detailverarbeitungen versehen. Ethnische Anklänge an die traditionelle Kleidung, wie Jodhpurhosen, Bündchenhosen, bedruckte Westen und weiße Hemden sind bei innovativen Details sichtbar.

Dr. Benigna Mallebrein | Dr. Cornelia Mallebrein