FIV - FEBRUARY ISSUE

FIV

Fashion Interview

TikTok

Nic Kaufmann & itsbabyshelly_ im Interview über ihre Karrieren

Welche deutschen Jugendlichen die App im Sturm erobern

DESIGNER SPECIAL

Jacquemus, Rick Owens, Tom Ford & Co.

Diese Designer solltest du 2021 im Auge behalten

Sneaker

Sportschuhe im Trend

Welche Marken momentan herausstechen und wie sie so erfolgreich wurden

TOP STORY

Maren Wolf

Exklusiv Interview von zu Hause

Lockdown & Mama-Sein

FIV - FEBRUARY ISSUE

FIV
fashion interview

DESIGNER

4 Jacquemus
Jacquemus ist der Designer momentan, mit seinen minimalen Designs und der ikonischen Mini-Handtasche ‚Le Chiquito' hat er es in den letzten Jahren in die Herzen vieler Modeliebhaber geschafft.

10 Rick Owens
Rick Owens hat den schwarzen Sneaker neu erfunden und erobert die Streetsyle-Szene mit seinen ausgefallenen Design momentan im Sturm.

16 Maison Margiela
Mit seiner No-Label-Strategie überzeugt der Belgier trotz der fehlenden Werbung mit seiner ausgefallenen Mode.

22 Alexander McQueen
Werdegang und sein Erfolg, so konnte sich Alexander McQueen vom Schneiderlehrling zu einem der erfolgreichsten Designer hocharbeiten.

SNEAKER

24 Under Armour
Technologien die die Sportkleidung für immer revolutioniert haben sind das Markenzeichen der asiatischen Sportkleidungsfirma Under armour.

30 Asics
Asics konnte sich nicht nur mit seinen Sportklamotten einen Namen machen, sondern startete mit dem entwurf von Sneakern.

32 Nike
Nike ist heutzutage nicht nur Sportmarke, sondern auch Streetwear Urgestein. Beliebt gemacht von Sportlern für die Modewelt.

36 Off-White
Virgil Abloh überzeut schon seit mehreren Jahren mit seiner Arbeit seines eigenen Labels Off-White, gerade die ikonischen gelben Gürtel haben besonders viel Aufmerksamkeit bekommen.

INTERVIEW

42 Maren Wolf
Maren wolf berichtet von ihrem neuen Leben als frisch gebackene Mama und wie sie sich mit ihrer Familie in diesen Zeiten ein neues Leben in hrem neuen zu Hause aufbaut

44 Nic Kaufmann
Der junge TikTok-Star erzählt uns in diesem Interview von seinem Erfolg und seinem Bezug zu Mode.

52 itsbabyshelly_
Auch eine junge TikTokerin, die seit Anfang 2020 immer erfolgreicher wird. Sie hat mit uns über ihren außergewöhnlichen Humor gesporchen und wie TikTok ihr Privatleben geprägt hat.

56 Jenny & Marco
TikTok Stars Jenny und Marco berichten in diesem Interview von ihrem Leben in der Öffentlichkeit ind wie sie sich auf ihre Elternzeit vorbereiten.



„Meine beiden Männer sind ohne Frage mein größtes Glück!“

-Maren über ihre kleine Familie

Jacquemus

Karriere, Kollektionen & Mini-Handtaschen

Das junge Label Jacquemus unter der Leitung von Gründer Simon Porte Jacquemus trifft mit seinen Designs genau den heutigen Zeitgeist und erobert so den Fashion-Himmel im Sturm. Ob Hüte, Schuhe, Kleider, Jacken oder Handtaschen, diese Marke ist stets gefragt. Die Topmodels Bella und Gigi Hadid sowie viele weitere große Namen der Modelwelt unterstützen die Marke und präsentieren die Designs auf dem Laufsteg.

SS19 Jacquemus Show

Bucket Hats und Hemden

Leichte Kleider und auffällige Taschen wurden mit den Models auf den Laufsteg geschickt. Die Designs lassen schon beim Zusehen die Wärme der Sonne auf der Haut spüren und es wirkt fast, als könnte man die so für den Sommerurlaub bekannte Sonnencreme riechen.

Die Menswear Kollektion der Saison Spring/Summer 2019 ist geprägt durch offene Hemden mit geometrischen und floralen Stoffen. Diese Stoffe werden geschickt mit gefragten Bucket Hats und Brusttaschen gepaart. Auch die von Designer Jacquemus so heiß geliebten Streifen haben ihren Platz in der Herrenkollektion gefunden. Dennoch bleibt der Hauptfokus der gesamten Kollektionen auf der Damensparte der Marke, wo er mit leichten Stoffen und Farben die Zuschauer mit seiner sommerlichen Kollektion direkt ans Meer entführt.

Jacquemus, Jackmu, Jacmüs?

Die richtige Aussprache des Namens

Simon Porte Jacquemus ist mit seinen 30 Jahren bereits ein fester Bestandteil kontemporärer Mode. Seine Kollektionen sind geprägt von leichten Stoffen, hellen Farben und oft inspiriert von Sonne und Meeresluft. Trotz der Liebe zu seiner Heimat in der Provence, schloss er sein Studium in Paris ab. In seinen Shows versucht Jacquemus die Essenz von Orten einzufangen, aber auch Geschichten und Erinnerungen aus seiner Vergangenheit wiederzugeben. Social Media und Blogs bestimmen die Modewelt, also versucht er diesen Umstand für sich zu nutzen.

Seine Designs promotete er zu Beginn clever, indem er sie Freunde während einer beliebten Einkaufsnacht in Paris tragen lies. Das Interesse der Leute wurde geweckt und so präsentierte er schon mit 22 seine erste Kollektion auf der Pariser Fashion Week. Ein Hindernis bleibt: Jacquemus, der Mädchenname seiner verstorbenen Mutter bereitet vielen bei der Aussprache Probleme.

Modenschau SS18 „La Bomba“

Mini-Taschen und das Hemd ‚Bahia‘

In seiner Kollektion für den Frühjahr und Sommer 2019 bekannte Jacquemus Farbe. Schuhe inspiriert von Inneneinrichtung und Hüte mit gigantischer Krempe sind das, was direkt ins Auge springt, genauso wie ‚Le Chiquito‘ die bekannte Mini-Tasche des Labels. Optimal präsentiert Jacquemus seine Kollektion nicht nur auf dem Laufsteg, sondern kreiert auch einen Kurzfilm für die Zuschauer auf den sozialen Netzwerken, um sie ihnen so zu zeigen. Ein beliebtes Design dieser Kollektion ist die smart drapierte Bluse „Bahia“, welche auch als Kleid erhältlich ist und welche mit ihrem tiefen Ausschnitt und schmeichelndem Schnitt ein absoluter Hingucker ist.

Mehr als nur Mode

Fotografie und Buch des Designers

Auf seinem Instagramprofil teilt Jacquemus neben seinen Modekollektionen auch Einblicke in sein Hobby der Fotografie. Motive stammen dabei häufig aus dem Alltag des Designers. Freunde, Alltagsgegenstände mit interessanten Formen, Architektur: Alles was ihn anspricht wird von ihm gekonnt in Szene gesetzt. Die ästhetischen Aufnahmen veröffentlichte er in einem Buch, welches er gemeinsam mit 14 weiteren Künstlern gestaltete. Das Buch mit dem Titel ‚Marseille je t‘aime , (Ich liebe dich Marseille) ist im Onlineshop des Labels erhältlich.



Was kostet Gigi Hadids geliebtes Runway Outfit?

Im Vorangegangem wurde in den sozialen Medien bereits viel auf Gigi Hadids Catwalk im Zuge der Show ‚L'année 97' (gesprochen: l'année quatre-vingt-dix-sept) eingegangen. Aber was kostet das Outfit im Ganzen? Diese Frage versuchen wir euch zu beantworten.

Gigi's gesamtes Outfit von Jacquemus

Die angegebenen Preise orientieren sich an den Preisen der offiziellen Jacquemus-Website. Entsprechend kann es zu Abweichungen bei anderen Anbietern kommen.

> Das Kleid ‚La robe saudade longue' (675€)
> Die Schuhe ‚Les sandales Valerie hautes' (675€)
> Die Tasche ‚Le petit bambino' (350€)
> Die Ohrringe ‚Le créoles rondes' (370€)

Wenn du also Gigis Runway Look rekreieren möchtest kannst du das für den Preis von insgesamt 3.700€ tun. Verarbeitet sind in den Stücken vorwiegend Naturmaterialen. Gerade das Kleid aus Leinen und Baumwolle ist repräsentativ für das Thema der Kollektion.

Mini-Handtaschen für den ganz großen Auftritt

Der Star einer jeden Jacquemus-Kollektion sind die Ausführungen der Mini-Handtasche ‚Le Chiquito'. Die Liebe steckt bei Jacquemus wirklich im Detail und so wird es bei den Accessoires gerne auch mal ausgefallener mit Schmuck, welcher von einer Nudelform inspiriert ist bis zu ungewöhnlichen Schuhabsätzen.

‚Le Chiquito': Größe und was reinpasst

Immer und immer wieder ist sie in den Kollektionen zu finden, aber was passt überhaupt rein in so eine winzige Tasche? Die klassische Le Chiquito Handtasche hat in etwa die Maße eines Kreditkartenhalters, ist aber tiefer, sodass man etwas mehr unterbringen kann. Lippenstifte und Geldscheine finden auch ihren Platz. Wenn man hofft, sein Smartphone verstauen zu können, wird es in der Standardversion allerdings etwas eng. Die Maße der Taschenvariationen sind wie folgt:

> Le Chiquito: 12 cm x 9 cm x 5 cm
> Le Chiquito moyen: 18cm x 12 cm x 8cm
> Le Chiquito long: 22cm x 11cm x 6cm
> Le grand Chiquito: 24cm x 18cm x 9cm
> Le petit Chiquito: 5cm x 4,5cm x 2cm

Die Standardversion ist damit zu klein um ein Smartphone unterzubringen. Ein Hingucker ist die Tasche dennoch und sollte man doch wert darauf legen, dass das Handy gut in der Tasche verstaut ist kann man beim Kauf auf eine der weiteren Größen zurückgreifen, da findet es auf jeden Fall seinen Platz. Design-technisch sticht Le Chiquito long etwas aus der Masse heraus. Die restlichen Variationen unterschieden sich vorwiegend in den Maßen.

Die ungewöhnlich kleinen Versionen in denen die Taschen angeboten werden haben zu der Aufmerksamkeit, welche die Marke bekommen hat beigetragen und so sind die kleineren Versionen etwas sehr Besonderes.

Le Bambino in Glatt- und Wildleder

Ob weiß, schwarz oder in Farbe: Le Bambino macht sich mit seiner schlichten Eleganz perfekt im Alltag und am Abend. Le Bambino ist ebenfalls in verschieden Größenvariationen erhältlich bleibt jedoch in diesen weiterhin etwas unpraktisch und so passt leider auch in die kleinste Größe dieses Modells kein Smartphone.

Strohhüte für Strand & Stadt

Ähnlich wie mit den Sonnenbrillen verhält es sich mit den Hüten des Designers, vorwiegend in den gedeckten Farben für die er bekannt ist zu bekommen. Simon Jacquemus selber präsentiert sich auf seinem Instagram-Account mit einem seiner Bucket Hats. Und auch für die Aufwertung eines lässigen Alltagslooks sind diese bestens geeignet. Allerdings werden in den Kollektionen immer wieder aufregendere Hüte präsentiert, als jene, die dauerhaft auf der Website zu finden sind. So kommt auch bei der Auswahl dieser keine Langeweile auf.

Valerie-Variationen

Les Sandales Valerie wurden in der bereits angesprochenen FW20 Show des Designers auf dem Laufsteg präsentiert und sind, wie so häufig bei Jacquemus nicht nur in einer Ausführung zu erhalten.

Die Sandale hat sich nach der Präsentation der Kollektion ‚L'anneé 97' wie ein Lauffeuer im Internet verbreitet. Dem Motto der Naturmaterialen blieb Jacquemus mit seinem Design auch weiterhin treu, denn: Die Absätze der geliebten Sandale bestehen aus beschichtetem Holz.







RICK OWENS

AVANT GARDE KLEIDUNG & SCHWARZE SNEAKER

„Eleganz gepaart mit einem Hauch Schlampigkeit“: mit diesen Worten beschreibt Rick Owens sein individuelles, innovatives und unabhängiges Design. Das amerikanische Designtalent begeistert in Paris mit seinen mutigen, authentischen und avantgardistischen Entwürfen. Sein unmissverständliches Merkmal: die Farbe schwarz. Schwarze Kleidung. Schwarze Schuhe. Schwarze Handtaschen. Schwarze Accessoires. Und schwarze Möbel. Rick Owens kreiert keine Mode, er schafft einen Lifestyle. Du möchtest mehr von dem Ausnahmetalent, von seinen Karriereschlüsselpunkten und seinen modischen Meisterleistungen erfahren?

Rick Owens Sneaker & Avantgarde

Der mit bürgerlichem Namen heißende Avantgarde-Meister Richard Saturnino Owens schafft ein avantgardistisches Mode-Sportbekleidungslabel mit geschlechtsneutralem Design und Gothic-Ästhetik. Was seine Mode außergewöhnlich macht? Wie sich seine Karriere entwickelt hat? Lies selbst!

„Dark Lord of Fashion“: schwarzes Schaf in der Modewelt von L.A.

1962: ein prägender Moment in der Modegeschichte. Avantgarde-Designtalent Rick Owens wird in Porteville, Kalifornien geboren. Ein Ort, der bekannt ist für seine leichten Erdbeben und Zitrusfrucht-Plantagen. Avantgarde-Design fungiert eher als Fremdvokabular. Davon lässt er sich jedoch nicht einschüchtern. Zuerst versucht er sich an einem „fine art“ Studium an der Parson University. Dort hält es ihn jedoch nur zwei Jahre.

Er bricht noch vor seinem Abschluss ab. Seine Intuition weist ihn in Richtung Trade College. Eine zweijährige Ausbildung, wo er das „pattern making“ erlernt, ebnet auch ohne Kontakte seinen Weg in die Fashion World.

Taschen, Schuhe und Kleidung: Einstieg durch Fake Fashion

Nach seinem Abschluss im „pattern making“ am Los Angeles Trade Technical College arbeitete Rick Owens für eine Firma die Fake-Designer Klamotten produziert. Diese Erstellung von billigen Abklatschen von Produkten großer Marken kristallisierte sich als fantastisches Training heraus. Er konnte nicht seine Kreativität und Ideen zum Ausdruck bringen, doch vermochte er seine Schnittmustertechnik zu perfektionieren.

„They used to bring me a Versace jacket, I copied the pattern in an hour so that they could return it to get the refund.“
Rick Owens



Michèle Lamy: Mentorin in Paris

Nach dem Ende in der „Fake-Mode-Industrie“ lernt er seine aktuelle Frau, Michèle Lamy, kennen. Seine Arbeit bei ihrer Sportswear Linie „Lamy“ ist der Start ihrer Beziehung. Er bezeichnet sie als seine große Inspirationsquelle. Die beiden sind bis heute, 2020, glücklich verheiratet. Unter anderem ist Michèle Lamy auch bei etwaigen Prozessen und an Kollektionen von Rick Owens beteiligt.

Supermodel Kate Moss als Fan macht VOGUE US zum Sponsor

Mit diesem Vorhaben sollte er Erfolg haben. So wird im Jahre 2001 ein Schnappschus von Supermodel Kate Moss in einer seiner Jacken geknipst. Von niemand geringerem als der VOGUE-Fotografin Corinne Day. Ihr Schnappschuss glänzte bereits kurze Zeit später in der französischen VOGUE. Ein Schnappschuss, welcher seine Karriere ins Rollen bringt. Niemand geringers als US-VOGUE Chefredakteurin Anna Wintour verliebt sich auf Anhieb in sein untypisches Design. Die Begeisterung für sein innovatives Denken führt dazu, dass die amerikanische VOGUE seine erste Fashion Show SS02 in NY sponsort. Ein weiterer Schritt in Richtung Modewelt. Nächster großer Schritt war seine Übersiedlung nach Paris im Jahre 2003.

Durchbruch des Luxuslabels in der Modemetropole Paris

Seine außergewöhnliche Geschichte endet jedoch noch nicht in Paris, sondern nimmt dort erst erst so richtig Fahrt auf. Mit seiner besonders herausragenden Philosophie, seiner unverkennbaren Authentizität und seinen klaren Prioritäten findet er Anklang und weiß sich als feste Größe in der Modewelt zu etablieren. Er öffnet Boutiquen weltweit, verkauft seine Kreationen in seinem Online-Shop und über etwaige Retailer wie z.B. Farfetch.



Taschen, Schuhe & Co. aus Kalifornien in Paris

Rick Owens Lebensgeschichte schreibt sich wie ein klassischer Hollywoodstreifen. Aufgewachsen in einem Umfeld fernab des Modeglamours. Missglückte Studiumerfahrungen und weniger glamouröse Arbeit machen ihn authentisch und sympathisch. Dann die klassische, glorreiche Wende. Die Entdeckung. Designer-Boutiquen, seine aktuelle Frau Michèle Lamy und Anna Wintour höchst persönlich ebnen ihm den Weg in die Modewelt. Noch klischeehafter geht seine Geschichte in Paris, der Modemetropole schlechthin, weiter.

Mäntel, Jacken & Shirts aus hochwertigem Leder & transparenten Stoffen

Das elementare Teil eines jeden Outfits: Die Kleidung! Rick Owens hat sich auf diesem Gebiet ganz seiner Kreativität und Philosophie hingegeben. Transparenz, Leder und schwarz dominieren seine Kleidung zum Großteil. Er macht die Integration von avantgardistischer Mode in den Alltag möglich.

Mantel: Avantgardistische sowie tragbare Kreationen

Die Formen der Kleidung sind die Merkmale seiner Designhandschrift. Leichte Gothic-Ästhetik gepaart mit avantgardistischen Einflüssen und geometrischen Schnitten. Ein Meister in seinem Werk. Überzeuge dich selbst!

> Langarm Mantel mit Oversize Kapuze aus schwar zem, leicht transparentem Nylon (1.595 €)
> Oversize „Museum Coat" in schwarz-weißem Farbmixaus aus Baumwolle und Wollfilz (2.245 €
> schwarzfarbener Maxi-Daunenmantel aus leicht glänzendem Nylon (1.755 €)

Lederjacke: Asymetrie, Avantgarde und Komfort in einem

Die Lederjacke ist das gängigste Modell seiner Kollektionen. Das Kleidungsstück, mit welchem man Rick Owens assoziiert. Bei diesen Glanzstücken wird sein Talent im Schnittdesign und sein innovatives Denken erkennbar.

> „Larry Biker Jacke" aus schwarzem Lammleder mit abgesetzten Armpartien und Rollkragen (2.080 €)
> Bomber-Lederjacke aus grauem Kalbsleder mit beige-gefärbten Lammfell-Einsätzen (3.510 €)
> „Forever Classic Biker Jacke" scharzes Lammleder mit asymetrischen Reißverschlüssen (1.782 €)

T-Shirt: Basic & Eye-Catcher

Ein T-Shirt kann sowohl als Basic- als auch Haupt-Komponent eines Outfits fungieren. Rick Owens bietet alles. Von schlichten schwarzen, kastig geschnitten Shirts, zu anliegenden leicht transparenten Langarm-Shirts mit ausgefranztem Saum bis hin zu Oversice-Shirts aus Leder - Hier wird jeder fündig! Was alle verbindet? Seine unverkennbare Liebe zum Detail!

> „Jumbo Tee" in schwarz aus Liquid Latex-Satin (570 €)
> „Forever Sleeves Rib Tee" in schwarz aus Baum wolle mit ausgefransten Säumen (222 €)
> „Forever Level Tee" aus Baumwolle in schwarz mit horizontalem Nahtmuster (257 €)

NINETY-9

by: Adorable Caro







MYTHOS DER MODE
MAISON MARGIELA

Maison Martin Margiela ist eine der bekanntesten und innovativsten Modemarken. Die Mode des belgischen Designers Martin Margiela schrieb und schreibt durch ungewöhnliches, dekonstruierendes Design Geschichte. Auf eines verzichtet das Label jedoch: den Personenkult. Der Erfolg der Marke liegt in ihrer Zurückhaltung begründet. Denn der Designer stellt sich nicht in den Vordergrund. Ebenso auffällig ist die No Logo Strategie des Unternehmens. Die Anonymität des Designers spiegelt sich in seiner Kleidung wieder. Lies hier die Geschichte eines Labels, dass die Modewelt revolutioniert und dabei durch viele Höhen und Tiefen gehen musste, um da anzukommen, wo es jetzt ist.



Anonyme Revolution der Pariser Modeszene

1988 gründete der studierte belgische Modedesigner Martin Margiela in Paris sein erstes eigenes Label. Unter dem Namen „Maison Martin Margiela" zielt der Newcomer darauf ab die kommerzielle Modebranche zu revolutionieren und zum Nachdenken anzuregen. Noch im gleichen Jahr am 23. Oktober präsentierte das Label, um den talentierten Belgier die erste Ready-to-wear Kollektion für Damen. Der Erfolg der Show beeinflusste schnell den Wert der Marke und so schaffte es sich Martin Margiela mit der Zeit einen Namen im Pariser Modemonopol zu machen. Im Jahr 2000 eröffnete das Label schließlich seinen ersten Laden in Tokio. In den folgenden Jahren fiel die Marke besonders durch unkonventionelles nicht modebranchentypisches Verhalten auf. Mitarbeiter, Boutiquen, Chefdesigner, alles sollte anders sein als in den großen Modehäusern wie Dior, Chanel oder Prada.

Aufnahme in die Chambre Syndicale de la Haute Couture

Margielas Gespür für Exklusivität und sein risikoreiches Design wurden 2006 belohnt, indem der anerkannte Modeverband Chambre Syndicale de la Haute Couture das Label in seine Reihen aufnimmt. Margiela darf nun aufwendige Mode unter dem Namen Haute Couture auf der Pariser Modenschau präsentieren. Einen weiteren Meilenstein der Maison Karriere stellt die Verleihung des Vollmitglied Status der Gemeinschaft der Haute Couture Modehäuser im Jahr 2012 da.

Übernahme durch Diesel und die harten Konsequenzen

Tragischerweise war Gründer Martin Margiela zum Zeitpunkt der Auszeichnung nicht mehr Head of Design seiner eigenen Marke. Das Unternehmen wurde Anfang des Jahrtausends von der Diesel-Gruppe übernommen und erlitt dadurch einige Veränderungen.

Diesel erwartete kommerziellere Kollektionen und ein gewinnorientierteres Verhalten. Aus den daraus resultierenden Konflikten, verließ Martin Margiela schließlich das Unternehmen 2009. Nach der Bekanntmachung des Verlusts übernahm ein internes, anonymes Team aus Designern die Leitung des Labels. Obwohl Margiela den Wunsch äußerte dem belgischen Modedesigner Raf Simons die Leitung zu übergeben, kreierte ein Team aus Designern, die bereits mit Martin Margiela zusammengearbeitet hatten bis 2014 die Kollektionen. Nach dessen Abdankung setzte Diesel-Gruppen Präsident Renzo Rosse den umstrittenen ehemaligen Designer John Galliano als Kreativdirektor an die Spitze der Maison Margiela.

Namensänderung nach Maison Margielas Ausstieg

Wo ist denn bloß das Martin hin? 2009 verließ Gründer Martin Margiela das Unternehmen und ebnete neuen Designern den Weg in die Modewelt. Der Name Maison Martin Margiela war damit Geschichte. Doch noch ohne dass jemand es wirklich bemerkte hieß es plötzlich nur noch Maison Margiela. Der schleichende Prozess der Namensänderung war zwar abzusehen, wurde aber nicht öffentlich kommuniziert. Es gab weder eine offizielle Ankündigung, noch E-Mails an Journalisten oder Modezeitschriften. Lange Zeit nach der Änderung berichteten große Magazine wie die Vogue nach wie vor von Maison Martin Margiela. Zudem lenkte die Marke von der Änderung ab, indem sie zum gleichen Zeitpunkt den berüchtigte John Galliano zum Chefdesigner ernannten. Die Aufmerksamkeit lag komplett auf der Laufstegsveränderung, weniger auf dem fehlenden M im Namen. Die Namensänderung erinnert stark an die von Yves Saint Laurent. Die Modemarke hatte 2012 während Hedi Slimane öffentlich das „Yves" aus dem Namen gestrichen.

Aufstieg Margielas

1957 wurde der Mann geboren, der die Modewelt revolutionierte, indem er kommerziellem Design den Rücken kehrte und stattdessen durch Dekonstruktion und Anonymität ein neues Bild von Mode schuf. Auch wenn die Marke heute nur noch „Maison Margiela" heißt, war es der Belgier Martin Margiela, der das Unternehmen bekannt machte. Nach Beendigung seines Studiums an der Königlichen Akademie der Schönen Künste in Antwerpen 1981 wurde Margiela bereits als herausragendes Talent wahrgenommen. Bevor das Traditionslabel Hermès 1998 auf ihn aufmerksam wurde und ihn zum Chefdesigner der Damenmode verpflichtete, arbeitete Martin als Stylist. Seine außergewöhnliche Sicht auf Mode ebnete ihm den Weg in die größten Modehäuser der Welt. Auf eigenen Wunsch verließ der Designer nach fünf Jahren das Unternehmen und Jean-Paul Gaultier trat an seine Stelle. Interessanterweise war Margiela noch vor seiner Arbeit bei Hermés Assistent bei Jean-Paul-Gaultier (1984-1987). Man könnte sagen, der Belgier war seinem eigenen Chef einen Schritt voraus. 1988 wagte er den großen Schritt und schuf zusammen mit Jenny Meirens sein eigenes Modeimperium.

Pariser Museen zeigen Margiela

Neben Haute Couture, Ready-to-wear und kommerziellen Kollektionen finden sich Kleidungsstücke des Labels in Museen und Ausstellungen weltweit wieder. 2018 widmeten die beiden großen Pariser Modemuseen „Museé Galliera" und das „Museé des Arts Décoratifs" Martin Margiela eine Ausstellung. Besonders das „Museé des Arts Décoratifs" fokussiert sich auf den besonderen Ausdruck und Anspruch des Designers. Werke des Labels Maison Martin Margiela wurden den Werken die Margiela zwischen 1997 und 2003 für Hermés geschaffen hatte gegenübergestellt. Diese Kuration schafft Einblicke in die Psyche des Designers und seine fassettenreiche Kreativität. Im Laufe seiner Karriere als Designer zeigt sich Martin Margiela selbst als Künstler und stellt in unterschiedlichen Kontexten aus. Seine erste Kunstausstellung fand im Jahr 1997 im Boijmans van Beuningen Museum in Rotterdam statt.

John Galliano wird neuer Chefdesigner

Die Entscheidung John Galliano als Creative Director für Maison Margiela einzusetzen, schien eine leichte gewesen zu sein. Trotzdem gilt er als kontroverse und umstrittene Persönlichkeit. Drogenkonsum und eine extrovertierte Selbstdarstellung machen ihn zeinem beliebten Thema in der Presse. Dennoch beschreiben die Kritiker den 60 Jährigen als einen der talentiertesten Designer überhaupt.

Schuh, Tasche, Hemd
Dekonstruktion & Schneiderkunst

Maison Margielas Markenzeichen: ein einfarbiges, weißes Etikett, welches lediglich mit vier Stichen befestigt ist. Moment, kein auffälliges, künstlerisches Logo? Keines-



wegs, denn das würde nicht zur Firmenphilosophie und dem Ausdruck des Unternehmens passen. Doch das ist nicht die einzige Abweichung vom typischen Modemarkt. Maison Margielas Mode ist anders. Sie sie ist in gewisser Weise eine Anti-Mode. Voluminöse Schnitte, monochrome Farbwelten, körperentfremdende, dekonstruierende Schnitte und wieder verwertete Materialien charakterisieren die Mode des Labels. Kurz gesagt: Maison Margiela macht unkonventionelle Mode mit avantgardistischen und dekonstruktivistischen Einflüssen. Schnitte werden auseinander genommen und in ungewöhnlicher Art und Weise wieder zusammengesetzt oder unübliche Materialkombinationen kommen zum Einsatz. Die Dekonstruktion von Mode wird in jedem Kleidungsstück sichtbar. Dinge, die normalerweise nicht sichtbar sind werden in den Vordergrund gestellt. Da passiert es schonmal (absichtlich), dass die Nähte oder das Futter eines Oberteils nach außen gekehrt werden.

No Logo Konzept

Das einzigartige Logo von Maison Margiela lässt bereits erahnen welch, für die Modewelt ungewöhnliche Philosophie hinter der Marke steht. Das Etikett ist nicht umsonst lediglich mit vier Stichen befestigt. Es ermöglicht dem Träger dieses ohne große Mühen abzunehmen und somit das Kleidungsstück zu anonymisieren. Die Bekanntheit der Marke beruht nicht nur auf dessen ungewöhnlichem Designverständnis, sondern auch auf dessen Präsentation. Maison Margiela stellt nicht den Designer in den Vordergrund, sondern die Marke und alle beziehungsweise alles was dahinter steht.

Anonymität des Designers Keine Interviews und Fotos

Die Kommunikationspolitik der Marke enthält die komplette Zurückhaltung und Anonymität des Designers. Martin Margiela führt kaum Interviews und wenn doch spricht er



in der „Wir" Form. Damit entzieht er sich einer womöglich notwendigen Imagebildung und gibt seinem Team gegenüber Wertschätzung. Die Kollektionen sind eine Gesamtleistung des Teams und so erscheinen auch alle Mitarbeiter nach einer Modenschau gesammelt in Arztkitteln auf dem Laufsteg. Der Dresscode der Mitarbeiter ist eine ‚blouse blanche', zu deutsch weiße Bluse, die auf die Haute-Couture-Ateliers der Vergangenheit anspielen soll. Logo, Etikett, Arbeitskleidung und sogar die Gebäude, Showrooms und Boutiquen sowie die Möbel sind komplett in weiß gehalten. Maison Margiela ist im Ursprung eine Gegenbewegung der 90er Jahre Celebrity Kultur und zeigt eine neue Art der Unternehmenskultur, welche die Konsumenten zum Nachdenken anregen soll.



Model: Josias Luft
Fotografin: Melanie Funk



Alexander McQueen

Vogue Liebling & Bad Boy

Alexander McQueen – ein Ausnahmetalent, das die Modewelt nicht nur durch seine innovativen, kreativen und vor allem provokanten Entwürfe schockierte, sondern auch durch seinen Selbstmord im Alter von gerade einmal 40 Jahren. Seine exzentrischen Kollektionen bestürzten und begeisterten, doch der britische Modestar hatte es alles andere als leicht. Was nach seinem Suizid bleibt ist das Vermächtnis seines Namens und viele legendäre und ikonische Modenschauen der Vergangenheit. Alexander McQueen war als Designer eine Ausnahmeerscheinung.

McQueens Werdegang

Lee Alexander McQueen zählt neben Vivienne Westwood und John Galliano zu den bedeutendsten britischen Modedesignern. Er wurde am 17. März 1969 in London geboren. Schon als kleiner Junge schneiderte er Kleider für seine drei Schwestern und entdeckte so schon früh seine Leidenschaft für Mode und Design. Mit 16 machte er dann eine Ausbildung zum Herrenschneider bei den Traditionsschneidern „Anderson & Sheppard". Anschließend arbeitete er als Kostümbildner für das Theater und als Assistent bei Romeo Gigli in Mailand. Danach studierte er Modedesign am Londoner Central Saint Martins College, das auch Größen wie John Galliano hervorbrachte. Den Master of Arts erhielt er 1992 mit einer legendären Abschlusskollektion, die sofort von der britischen Vogue-Stylistin und Modejournalistin Isabella Blow aufgekauft wurde. Ein Jahr nach dem Abschluss gründete er sein Label „alexandermcqueen", das seither erfolgreich ist.

Erfolg mit Provokation? Kein leichtes Unterfangen

Alexander McQueen wird heute in der Modewelt als Ausnahmetalent und Genie gefeiert, doch der Weg zu diesem Ruhm war steinig. Mit seinen provokativen, exzentrischen und teils auch skandalösen Kreationen stieß er anfangs oft auf Unverständnis. So stand seine Abschlussarbeit am Londoner Central Sant Martins College beispielsweise unter dem Thema „Jack the Ripper Stalks His Victims", eine Anspielung auf den berühmten britischen Serienmörder Jack the Ripper. Er fing sich in der Modeszene schnell den Titel des ‚Enfant terrible' oder ‚bad boys' ein, sowohl durch seine Kollektionen, als auch durch sein eigenes Verhalten. So zeigte er nach einer Runway Show beispielsweise bei einer Verbeugung allen Anwesenden sein nacktes Gesäß, indem er sich absichtlich die Hose herunter zog. Er machte sich außerdem für die Presse rar

und sagte etliche Interviews ab. Seine Kollektion „Highland Rape"(1995) orientierte sich an den Missbräuchen der Engländer an McQueens schottischen Vorfahren. Dabei trugen die Models Kleider aus zerfetzter Spitze und wurden mit Kunstblut bespritzt. Ihm wurde immer wieder Frauenfeindlichkeit vorgeworfen, er selbst beteuerte aber stets sein Ziel, Frauen zu bemächtigen.

Armadillo Boot: Schuhe für Superstar Lady Gaga

Ein Schuh, an den sich wohl jeder Fashion-Victim erinnert und das Alexander McQueen und Lady Gaga zu enormem Ruhm verhalf: der Armadillo Boot. Ganz im Stile seiner provokanten und avantgardistischen Art entwarf McQueen auch diesen Schuh, inspiriert von der weltberühmten Pop Diva Lady Gaga. Die absurd hohen Absätze und der fast schon außerirdisch wirkende runde Look des Schuhs machte ihn zu einer Ikone und zu einem absoluten Statement Schuh. Gaga geriet durch diese Schuhe etliche Male in die Presse – teilweise auch durch Stürze auf den teilweise über 20cm hohen Schuhen.

Wie McQueen mit seinem sensiblen Gemüt umging

McQueen galt stets als scheuer Charakter. Er sträubte sich vor großer öffentlicher Präsenz, war sensibel und hatte nur wenige Freunde. Laut seines Psychiaters litt er vor seinem Tod bereits seit längerer Zeit an Depressionen und verschiedenen Angstgefühlen. Er war sehr ehrgeizig und stand stets unter einem immensen Arbeitsdruck. Zum einen hatte er das Gefühl, Modedesign sei der einzige Bereich in seinem Leben, in dem er etwas erreicht habe, zum anderen fühlte er sich nach der harten Arbeit und den finalen Fashion Shows meist sehr niedergeschlagen und isoliert. Er konnte seinen Erfolg nie richtig auskosten, wollte immer mehr, war sich selbst nie genug – und doch war er sich seiner Genialität und seines Talents bewusst und blieb stets beharrlich. Auch sein Coming Out als Homosexueller war nicht leicht für McQueen, vor allem sein Vater brauchte lange, um seinen Sohn so zu akzeptieren, wie er war. Wut, Romantik, Dunkelheit und Melancholie waren immer wieder Teil seines Schaffens.

Alexander McQueens Tod & Weiterführung

McQueen führte ein Leben voll von Strapazen und geriet oft durch Drogeneskapaden in die Presse. Im Sommer 2000 heiratete er den Dokumentarfilmer George Forsyth auf Ibiza (Kate Moss war seine Trauzeugin), doch bereits ein Jahr später folgte die offizielle Trennung und Scheidung der beiden. 2007 nahm sich seine Muse und enge Vertraute Isabella Blow das Leben. Als dann 2010 auch noch seine Mutter Joyce im Alter von 75 Jahren verstarb, hielt McQueen es scheinbar nicht mehr aus. Mutter und Sohn hatten ein äußerst enges und vertrautes Verhältnis und Joyce war eine der engsten Bezugspersonen McQueens. Am 11. Februar 2010 wurde er – einen Tag vor der Beerdigung seiner Mutter – tot in seiner Wohnung in Mayfair aufgefunden. In einer Abschiedsnotiz hatte er gebeten:

„Kümmert euch um meine Hunde. Sorry, ich liebe euch".
Alexander McQueen

Sein Tod kam überraschend, dennoch wurde schnell eine Nachfolgerin für das Label gefunden: Sarah Burton – seit 1996 rechte Hand McQueens und zuletzt Designerin der Damenkollektion – übernahm seine Rolle und ist nun seit 2010 Kreativdirektorin des britischen Modehauses. Das Label besteht also nach wie vor, ist aber kommerzieller angelegt und soll in erster Linie „tragbare Mode" hervorbringen. Neuen Ruhm erhielt die Marke unter Sarah Burton erst durch die Entwürfe des Brautkleides von Kate Middleton und des Brautjungfernkleides von Schwester Philippa.

UNDER ARMOUR

INNOVATION & REVOLUTION

Under Armours Leitbild „ALLE SPORTLER DURCH LEIDENSCHAFT, DESIGN UND UNABLÄSSIGES STREBEN NACH INNOVATION ZU FÖRDERN“ beschreibt den außergewöhnlichen Zeitgeist der Marke und die Risikobereitschaft eines jungen Footballers, der die Sportwelt veränderte. Durch Temperatur regulierende Kleidung schaffte Under Armour es in diverse Filmproduktionen, in die Olympischen Spiele und letztendlich auch noch zum legendären Super Bowl.

Under Armour:
Bis zum Super Bowl

Wie wird man schneller, größer und besser? Indem man die Sportwelt revolutioniert und sich den Bedürfnissen der Athleten widmet. Kevin Plank schaffte aufgrund eines persönlichen Anliegens Lösungen für ein Problem, dessen sich viele vorher nicht einmal bewusst waren. Der ehemalige Footballspieler aus Baltimore beschwerte sich über unzureichende Sportbekleidung aus Baumwolle, welche Sportler/Innen in ihrer Leistung einschränkte.

Plank löste das Problem, indem er 1996 ein T-Shirt entwickelte, dass Schweiß aufnimmt und gleichzeitig kühlt. Sein anfängliches Ziel temperaturregulierende Bekleidung zu entwickeln, die den Körper leistungsfähiger macht, indem sie Kompression bietet und Schweiß von der Haut wegtransportiert, wurde längst überschritten.

Under Armours beispielhafter Aufstieg in den Olymp der Sportmarken veränderte Sportbekleidung für immer. Was in einem kleinem Zimmer im Haus der Großeltern begann, ist zu einer Weltmarke geworden, dessen revolutionärer Gedanke von Weltmarktführern, wie Nike oder Reebok bereits imitiert wird. Noch während Plank seine Geschäfte aus dem Haus seiner Großeltern organisierte, unterzeichnete er einen Deal mit der National Football League, die bis heute von Under Armour ausgestattet wird. Heutzutage stattet die Marke Sportler/Innen verschiedenster Disziplinen und Levels aus.

Innovative Produkte

Under Armour geht im Vergleich zur Konkurrenz Risiken ein und denkt nicht nur an das Morgen. Mit innovativer Technik, weit über Apps hinaus verbindet die Marke Sportkleidung mit technischem Fortschritt. Ziel ist es dem Konsumenten ein intensives, verbessertes Gefühl zu geben. Er selbst steht im Mittelpunkt und lässt sich durch nichts und niemanden ablenken.

Der digitale Schuh

Es ist das Jahr 2016 als Under Armour einen Meilenstein in der Digitalisierung von Lauferfahrungen setzt. Fitness-apps, Routen Tracker etc. gibt es bereits. Warum nicht einen Schritt weiter gehen und die Lauferfahrung noch intensiver gestalten? Der UA SpeedForm® Gemini 2 Re-cord Equipped ist ein smarter Schuh, der Daten verfolgt und abspeichert. Nie wieder ein Handy beim Laufen mit sich tragen. Nie wieder händisch Dauer, Datum, Strecke etc. verfolgen. Für immer entspannt und störenfrei laufen. Under Armour geht immer einen Schritt weiter und denkt an die Dinge von morgen.

Recovery Shirt: Rest. Win. Repeat.

Ganz nach dem Motte „Nach dem Sport ist vor dem Sport" entwickelte Under Armour 2018 ein T-Shirt mit dem Ver-sprechen einer schnelleren und besseren Erholung der Muskeln. Ein spezieller Print auf der Innenseite absorbiert Hitze und reflektiert die gewonnene Energie zurück in die Haut. Das Potenzial der Sportler/Innen wird somit nicht nur ausgeschöpft sondern gleichzeitig verbessert.

Produktversprechen:
Leistungsfähige Rüstung

Under Armour ist modern aber vor allem vielseitig. So-wohl die Produktauswahl als auch die Sportarten, die die Marke unterstützt, sind innovativ und fassettenreich. Bal-let, Golf, Baseball, Lacrosse, Football oder Basketball. Der ursprüngliche Kampfssportbekleidungshersteller stellt neben Sportequipment mittlerweile auch Freizeitbekleidung her. Der US-amerikanische Sportartikelhersteller bietet Produkte für Frauen, Männer und Jugendliche für jede Situation und ermöglichen es weltweit leistungsfähiger und somit erfolgreicher zu sein. Neben Bekleidung und Schutzausrüstung finden sich auch Schuhe und digitale Tools für einen gesünderen Lebensstil im Sortiment.



ASICS

SPORTBEKLEIDUNG FÜR DAMEN & HERREN

Die japanische Marke Asics hat sich vor allem unter Läufern schon lange einen Namen gemacht, aber auch Sneakerheads finden etwas unter den vielen Modellen der Marke. Neben Schuhen bietet Asics Bekleidung für Damen, Herren und Kinder an. Obwohl Laufschuhe das sind, wofür Asics bekannt ist, bietet das Label Ausrüstung für eine große Zahl an unterschiedlichen Sportarten an. Für Menschen Sport und Bewegung so angenehm wie möglich zu gestalten ist das Ziel seit der Gründung im Jahr 1949.



Laufschuhe mit Gelsohle

Als Kihachiru Onitsuka 1947 begann Schuhe zu produzieren, hatte er das Ziel die Jugend für den Sport zu begeistern und dadurch deren Selbstachtung zu steigern. Dass sein Label in der Zukunft zu einem internationalen, börsennotierten Unternehmen heranwachsen würde hat er sich dabei vermutlich nie träumen lassen. Dennoch ist das die Realität von Asics heute.

Und auch für die weitere Zukunft sieht es gut aus für den Konzern. So prognostiziert Statista für 2025 ein Marktvolumen von 93,19 Milliarden US-Dollar für den Sportschuhmarkt. Das wäre ein Anstieg von 6.26 Milliarden US-Dollar des Wertes gegenüber 2019 das sind über 1 Milliarde US-Dollar im Jahr. Asics reiht sich mit 3167,56 Millionen Euro durchschnittlichen Jahresumsatz bis 2019 in die Reihen der führenden Sportartikelhersteller ein.
Es ist also fair zu sagen der Sport- und Fitnessmarkt boomt und Asics ist ganz vorne mit dabei. Was in einem Vorort von Kobe, eine japanische Stadt mit 1,5 Mio. Einwohnern, mit einem Basketballschuh begonnen hat ist heute weltweit vertreten. Dennoch bleibt der Firmensitz in Kobe erhalten.

Das Logo: Laufstrecke & Innovation

Der Name Asics steht für den lateinischen Satz „anima sana in corpore sano" zu deutsch „eine gesunde Seele in einem gesunden Körper" oder auch „ein gesundes Leben in einem gesunden Körper". Der Satz ist eine Abwandlung von dem Satz „mens sana in corpore sano" welcher auf den altrömischen Dichter Juvenal zurückgeht. Dieser verwendete den Satz in einer Auflistung von Bestrebungen im Leben. Das Symbol im Logo neben dem Schriftzug „Asics", ist ein stilisiertes „a" welches dynamisch wirken und gleichzeitig auch an eine Laufstrecke im Stadion erinnern soll.

Nike vs. Asics

Die Marke Nike ist ein absoluter Sports- und Streetwear Gigant. Aber wusstest du, dass Mitbegründer der Marke Phil Knight nach seinem Studium an der Stanford University extra nach Japan reiste um einen Deal mit Asics, damals unter dem Namen Onitsuka Tiger bekannt, abzuschließen. Die Qualiät der Schuhe hatte ihn überzeugt . Knight durfte ab 1964 Onitsuka Tiger Produkte in die USA importieren und sie dort verkaufen. Er investierte zu Beginn 1000 US-Dollar in die Schuhe und verkaufte sie mit Gewinnspanne.

Der Bruch kam 1973 als Knight und Onitsuka Tiger sich gegenseitig verklagten. Knight konnte während dieses Verfahrens 400.000 US-Dollar Beilegungszahlung und die Namensrechte an mehreren Schuhen aushandeln. Damit entwickelte Nike sich unabhängig von Asics oder Onitsuka Tiger zu dem milliardenschweren Unternehmen, welches es heute ist. Aber was wurde aus Onitsuka Tiger? Die Hauptlinie der Marke erhielt den Namen Asics und produzierte weiterhin hochwertige Sportschuhe. Zwar kann man heute wieder Onitsuka Tiger Schuhe erstehen, aber diese werden von Asics vertrieben.

Gel-Technologie: weltberühmte Laufschuh Innovation

Viele Sportler wissen, dass gute Laufschuhe nicht nur den Fuß vor Wind und Wetter schützen, sondern diese eine ausgeklügelte orthopädische Konstruktion sind mit dem Zweck Bänder, Sehnen und Muskeln optimal zu unterstützen um Verletzungen zu vermeiden. Ein bequemer Schuh kann außerdem ausschlaggebend für den Erfolg sein, denn Unwohlsein schränkt die Leistungsfähigkeit ein.

Der Tragekomfort wird durch die Gel-Technologie erreicht, die die Marke zum Erfolg geführt hat. In den Schuhen werden zwei fedrende Gele eingestezt. Dies geschieht in Kombination mit Lagen von Schaumstoff im Fußbett und um ihn herum. Diese Kombi stabilisiert den Fuß und lässt den Träger problemlos längere Strecken zurücklegen.

Haltbarkeit von Asics Laufschuhen

Die Haltbarkeit von Sportschuhen hängt immer von der Frequenz und Länge der Nutzung ab. Wenn du dich auf einen Marathon vorbereitest, werden deine Schuhe schneller ausgelaufen sein, als bei moderaterer Belastung. Zusätzlich ist es gerade bei intensiver Belastung besonders wichtig, dass der Fuß optimal gestützt und gefedert wird um Verletzungen vorzubeugen.

Obwohl natürlich auch die Belastung der Laufschuhe auf einzelne Tragende ankommt, ist eine der sichersten Angaben für die Haltbarkeit von Laufschuhen, wie viele Kilometer man in diesen zurücklegen kann. Generell wird bei Laufschuhen von Folgendem ausgegangen:

> Mindestwert: 500 km
> Mittelwert: 750 km
> Maximalwert 1000 km
> absolutes Maximum 1200 km
> Sonderfall: Wettkampfschuhe

Genauer bedeutet das, dass ein Laufschuh dich für mindestens 500 km begleiten sollte. Normalerweise rechnet man allerdings eher mit 700-1000 km. Je nach Laufstil und Schuhmodell sind vereinzelt auch 1200 km möglich. Der beste Richtwert ist aber immer das eigene Gefühl während und nach dem Sport. Treten nach einer Weile vermehrt Schmerzen auf, oder wird das Laufen im Schuh unangenehmer, wird es Zeit für einen neuen. Gerade da Asics einer der führenden Hersteller für den Laufsportbereich ist, ist eine Orientierung am Wert von 800-1000 km hier angebracht.

Asics Collaborations

Wie aktuell immer wieder in der Modewelt zu sehen, tut sich auch Asics mit Designern und Co. zusammen, um Fans besondere Schuhmodelle zu bieten.Obwohl Asics nicht unbedingt mit den Sneakermarkt in Verbindung gebracht wird, feiern die Modelle großen Erfolg.

Asics x Sean Wotherspoon x Atmos

Eines der beliebtesten Collab-Modelle von Asics unter Sneakerheads ist die Zusammenarbeit mit Atmos und Sean Wotherspoon. Designer, Geschäftsmann und Internetpersöhnlichkeit Sean Wotherspoon hat sich mit Asics und Atmos zusammengetan um einen Schuh zu kreieren, welcher sanfte, florale Farben mit dem urbanen Feeling von Tokio kombiniert um so die Essenz der Zusammenarbeitenden einzufangen.

Die Besonderheit des Schuhs sind die austauschbaren Applikationen mit denen der Schuh geliefert wird. Zum Schuh gibt es Asics-Streifen in fünf unterschiedlichen Farben. Auch andere Komponenten können je nach Laune abgenommen und wieder angebracht werden.

Asics Tiger x Vivienne Westwood

Schon zum zweiten mal tut sich Schmuck- und Modedesignerin Vivienne Westwood mit Asics zusammen. Zuerst interpretierte die britische Designerin, welche für ihre ‚punk couture' bekannt ist, das Hyper-Gel LYTE Modell der Marke neu und zuletzt widmete sie sich dem beliebten Kayano 26 Modell. Letzteres bekam unter ihr nicht nur einen neuen Anstrich, sondern auch einzelne Komponenten wurden verändert und hinzugefügt. Beispielsweise besitzt das Modell keine Schnürsenkel, sondern wird durch einen Gummizug an den Fuß angepasst.


GEL-LYTE V



Fotografin: Mona Strieder
Model: Letizia Lepere
Make-Up und Haare:
Malin Dorel





NIKE

BELIEBTE SNEAKER
ANGESAGTE SPORTSWEAR

Der amerikanische Sportswear-Gigant mit einem Marktwert in Höhe von 32 Bil. USD und Sitz in Oregon bestimmt die Sport- und Streetwear-Welt. Zahlreiche Sportler und Personen des öffentlichen Lebens sind regelmäßig in den Designs und den Kampagnen der Marke zu sehen. Einige der Produkte haben absoluten Kultstatus erreicht, andere sind bei Sammlern besonders begehrt.

Nike-Launch

Nachdem die Nachfrage zu groß wurde um sie nur aus dem Kofferraum des eigenen Wagens zu bedienen, eröffnete Blue Ribbon Sports seinen eigenen Store. Schon 1966 expandierte das Unternehmen und eröffnete ein zweites Geschäft. 1971 begann das Verhältnis zu Onitsuka Tiger, heute Asics, immer weiter zu bröckeln bis es schließlich zu einer Beendigung des Geschäftsverhältnisses kam. Hier begann auch die Ära unter dem Namen Nike. Der berühmte Swoosh wurde zum Markenlogo und die eigene Schuhproduktion begann. Knight und Bowerman hatten als Athleten genug Erfahrung mit den Bedürfnissen von Sportlern um das Label zum Erfolg zu führen.

Sneaker mit Kultstatus

Mit dem rasanten, ungebremsten Aufstieg der Marke haben mehrere Faktoren zu tun. Zum einen Qualität, zum anderen smartes Marketing und berühmte Markenvertreter. So war Nike eine der ersten Marken, die über einen längeren Zeitraum gemeinsam mit Sportlern Kollektionen und vor allem Schuhmodelle auf den Markt brachten. Denn als ehemalige Sportler verstanden die Firmengründer, dass man als Athlet eine genaue Vorstellung davon hat, wie der perfekte Schuh zu sein hat. Damit hob sich das Label von anderen Marken ab, die bis dahin klassische Sponsoring-Verträge mit Sportlern hatten.

Nike Air Jordan

Auch hier wurde die Air-Technologie von Nike verbaut. Für Michael Jordan wurden Schuhe designt, die mit ihrem rot-schwarzen Äußeren für Aufmerksamkeit sorgten. So sehr, dass die NBA schnell feststellte, dass die Schuhe gegen ihr Regelwerk verstoßen. Dieser Umstand dämpfte den Erfolg der Schuhe nicht. Ganz im Gegenteil: Die Kontroverse trug zur Popularität des Modells bei. Für die Linie wurde eigens das Jumpman Logo designt, welches neben dem Nike Swoosh die Schuhe ziert. 1985 begann die Linie und legte in den darauffolgenden Jahrzenten zahllose Modelle auf. Und auch eine Neuinterpretation des Klassikers in rot-schwarz ist wieder bei Nike erhältlich.

Die fünf beliebtesten Nike Sneaker

Bei der riesigen Auswahl, die Nike dir bietet kann es schwer sein, die richtige Wahl zu treffen. Deswegen haben wir die beliebtesten Modelle der Marke für zusammengetragen. Vielleicht ist ja der passende Schuh für dich dabei. Falls du mit dem Angebot nicht zufrieden bist besteht auf der Website zusätzlich die Möglichkeit ein Schuhmodell individuell auf deinen Geschmack anzupassen.

- Nike Air Max 90
- Nike Air Force 1
- Nike Internationalist
- Nike Blazer
- Nike Huarache

Kollaborationen Dior, Off-White & More

Nike hat es geschafft eine der ersten Sportmarken zu sein, die sich mit Mitstreitern auf dem Bekleidungsmarkt und Celebrities zusammengetan haben, um Kleidung zu designen. Diese Kollektionen bestehen häufig darin, dass Designs und Logos zusammengebracht werden um etwas ganz Neues zu kreieren. Vorteile für die Kollaborierenden sind, dass keine komplett unbekannten Kreationen notwendig sind, um ein neues Produkt hervorzubringen.





OFF-WHITE

EINE KOMBINATION AUS STREETSTYLE UND HIGH FASHION

Virgil Abloh hält sich mit Off-White nicht an Regeln der Design und Kunstbranche. Wer bis jetzt nichts von Off-White gehört hat, läuft wohl mit verschlossenen Augen durch die Welt, denn die Streetstyle und High Fashion Marke ist überall. Off-White veröffentlicht die Kollektionen nach dem Motto „see now, buy now“, was bedeutet, dass die Artikel, sobald sie von den berühmtesten Models auf dem Laufsteg getragen werden, für jeden erhältlich sind.



Off-White: Jacken, Sweatshirts & Co.

Von Kopf bis Fuß in Off-White - bei Off-White findet man alles von Sweatshirts bis Jeans. Auf der Off-White Seite findet man die Kleidung in Women und Men, Spring/Summer und Fall/Winter unterteilt. Die Streetwear Styles und urbane Kleidung spricht besonders eine jüngere Zielgruppe an. Bekannt ist Off-White für seine minimalistischen aber kreativen Styles - jeder kennt den Industy Gürtel, die Mode mit den „Quotes" und das Off-White X aus zwei sich kreuzenden, beidseitigen Pfeilen. Auch Stars begeistert Designer Virgil Abloh mit seinen einzigartigen Artikeln: Wir sehen seine Styles bei Rihanna, Travis Scott, Drake und Kylie Jenner. Wer auf Street Style steht, kommt schlecht um Off-White herum.

Stores in Las Vegas, Bangkok & Sydney

Off-White gibt es mittlerweile auch in Stores zu kaufen. Von Tokyo über Paris bis nach Dubai - die Stores erobern die ganze Welt. Vor Ort findet man meist die Artikel die langfristig Teil des Sortiments sind. Die Kleidung gibt es entweder in den selbstständigen Off-White Stores oder über andere Anbieter auf der ganzen Welt zu kaufen. International gibt es über 50 Off-White Stores, viele Artikel mit limitierter Stückzahl sind jedoch nur bei privaten Anbietern für einen höheren Preis erhältlich.

Special Items: Preorders & Sammlerstücke

Unter dem Punkt Special Items findet man auf der Off-White Seite alles mögliche - von Preorders für Kollektionen, über Bücher bis hin zu Markern für $103. Hier findet man die neueste Off-White Kollektionen und Kollaborationen vertreten durch ästhetische Bilder der Produkte.

Spring/Summer in Paris

Die Spring/Summer Ready-To-Wear Kollektion 2020 präsentierte Virgil Abloh stolz in Paris. Der Name der Kollektion lautet „Meteor Strike" - also Meteoriteneinschlag und wie ein Meteor schlägt seine Kollektion ein. Der Hype um die Modemarke aus Milan ist noch lange nicht vorbei. Die Show beginnt mit einem Video von Dr. Mae C. Jemison, der ersten schwarzen Frau die ins Weltall reiste. Sie spricht von Kreativität in Wissenschaft und Kunst. Abloh ist es wichtig den jüngeren Generationen ans Herz zu legen, dass sie durch Bildung alles erreichen können. Die Inspiration des Minimalismus aus den 90er Jahren ist nicht zu übersehen. Besonders ins Auge stechen kreisförmigen Löcher in Taschen, Stiefeln und Shirts.

Virgil Abloh: Designer, Architekt & DJ

Virgil Abloh ist der Gründer und Kreativdirektor der italienischen Modemarke Off-White. Auch wenn sie im Jahr 2015 in Milan gegründet wurde, kommt Abloh eigentlich aus Illinois. Und Modedesigner wollte er auch nie werden - er studierte Architektur und Ingenieurswissenschaften, doch diese Branchen hatten für ihn nicht das richtige Tempo. So fing Abloh als Kreativberater von Kanye West an. Zuerst gründete er das Label „Pyrex", löste es nach einem Jahr auf und es kam zur Geburt der Luxus Marke „Off-White". Off-White kombiniert stilvoll Streetstyle mit High-Fashion, spiegelt das wider was auf den Straßen schon längst getragen wird. Ihr fragt euch wieso der Name Off-White? Der Designer, mit 30 Ideen am Tag, definiert seine Marke mit folgendem Zitat:

„Defining the grey area between black and white as the color of Off-White."
Vigil Abloh

Homeware Innenarchitektur bei Ikea

Off-White Accessoires für die perfekte Designer Wohnung? Bei seiner ersten Kollaboration im Bereich der Innenarchitektur arbeitete Abloh mit dem schwedischen Einrichtungshaus Ikea zusammen und entwarf minimalistische Accessoires für Bett, Bad und Tische. Bei dieser einen Homeware Kollektion sollte es jedoch nicht bleiben, es folgte eine Kollektion mit Vitra, einem Schweizer Möbelhaus welches für Designer Wohn- und Büromöbel bekannt ist. Auch bei seinen Innendesign Kollektionen hält sich Abloh nicht an Grenzen, er spielt mit abstrakten Ideen und seiner grenzenlos genialen Kreativität.

Die größten Campaigns

Durch verschiedene Kollaborationen mit großen Marken sicherte sich Off-White in den letzten Jahren einen festen Platz in der Welt von Design und Mode. Die Off-White FW Kollektion 2016/17 entstand in Zusammenarbeit mit der amerikanischen Marke Levi's und bestand aus 12 Teilen, von welchen die Hälfte Unisex war. Im Jahr 2016 kollaborierte Virgil Abloh mit der Marke Moncler und veröffentlichte die Kollektion „Moncler O", welche inspiriert vom skandinavischen Fischermann im fernen Norden war. Unsere Lieblings Kooperation ist jedoch die mit Nike: Virgil Abloh erfand 10 Sneaker des US-amerikanischen Sportherstellers neu und gab ihnen ein gewisses Etwas.

Virgil Abloh macht Musik: Paris, IL

Virgil Abloh ist nicht bloß Fashion Designer, er arbeitet auch als DJ und Musikproduzent. Er lässt seine eigene Musik unter dem Namen Paris, IL bei seinen Fashion Shows im Hintergrund laufen. Auf der Off-White Seite findet man Verlinkungen zu seinen Zusammenarbeiten mit Guillaume Berg, dem Kreativ Direktor von Bromance Records.

Off-White Resale: 15-fache Preise

Ein Off-White Artikel kann auch eine richtige Investition sein, denn oft gibt es nur eine limitierte Stückzahl der Produkte. Meistens sind alle Artikel schon wenige Minuten nach dem Release ausverkauft, werden danach jedoch für einen vielfachen Preis im Internet angeboten. Ein gutes Beispiel sind die Nike 10 Air Force Off-White: Bei ihrem Release hatten die Sneaker einen Wert von 170 Euro, waren jedoch bereits nach wenigen Minuten ausverkauft.

Mittlerweile kosten sie gut 2500€. Wer also schnell im Kaufen ist und Ahnung von den neusten Trends hat, kann gut in ein Paar Off-White Schuhe investieren. Besonders gut verkaufen sich natürliche Limited Editions. Je niedriger die Stückzahl, desto mehr Geld kannst du verlangen.

C - PHOTO BY UNSPLASH

Maren Wolf

Über ihr Leben als Mama, ihren bunten Alltag und das neue Haus mit Ehemann Tobias

Maren Wolf: Sie ist eine der erfolgreichsten Persönlichkeiten auf Instagram in Deutschland und begeistert ihre Fans und Follower regelmäßig mit spannendem und abwechslungsreichem Content rund um die Themen Mode, Lifestyle und Familie. In unserem letzten Interview mit Maren 2019 sprach sie noch über ihren Kinderwunsch und die damaligen Zukunftspläne mit Ehemann Tobias. Mittlerweile sind die beiden glückliche Eltern des kleinen Lyan. Maren hat mit uns über ihr neues Haus, das Glück zu dritt als kleine Familie und ihren Alltag gesprochen.

Marens ultimativer Styling-Tipp: Glücklich sein!

FIV: Hallo liebe Maren, schön dich zu sehen! Anfang letzten Jahres durften wir als Magazin bereits ein Interview mit dir führen, dabei ging es vor allem um deinen Job, deine Beziehung zu Tobias und euren damaligen Kinderwunsch. Am 26.08. diesen Jahres ist nun schon euer kleiner Lyan zur Welt gekommen, dazu möchte ich euch beiden von Herzen gratulieren!

Maren: Danke! Das ist ganz, ganz lieb! Schon verrückt, was in den letzten 12 Monaten alles passiert ist.

FIV: Als Mama, erfolgreiche Instagram- und Youtuberin und dazu auch noch Ehefrau - und gerade erst ins neue Haus umgezogen - hast du sicher wahnsinnig viel um die Ohren. Trotzdem siehst du immer super aus! Hast du für unsere LeserInnen einen Stylingtipp, der sich schnell umsetzen lässt und mit dem sich jede vielbeschäftigte Frau oder Mama in kurzer Zeit ein bisschen frischer und hübscher fühlen kann?

Maren: Das stimmt. Der Job, der Hausbau, die Schwangerschaft, die ersten Wochen mit unserem Engel... Das war aber alles positiver Stress - wenn man das dann überhaupt „Stress“ nennen kann. Ich bin tierisch glücklich mit allem und glaube, dass man mir das auch ansieht. Vielleicht ist das ja sogar der ultimative Stylingtipp: glücklich sein! Natürlich gibt es immer mal wieder Phasen, die anstrengender sind. Eine positive Grundeinstellung lässt aber jede Aufgabe und jedes Problem nicht ganz so groß aussehen.

Über das neue Haus und ihr Lieblingszimmer

FIV: Gerade erst im neuen Haus eingezogen seid ihr noch dabei anzukommen und alles fertig einzurichten. Welcher Raum in eurem neuen zu Hause ist denn dein Lieblingszimmer, und warum? In euren Videos macht es den Eindruck, als wärt ihr beide (drei) sehr glücklich damit, den Schritt zum Eigenheim gewagt zu haben. Würdet ihr diese Entscheidung wieder treffen?







Maren: Wir sind sogar schon fast fertig, zumindest innen. Jetzt steht eigentlich nur noch der Garten auf dem Plan. Wahrscheinlich ist Lyans Zimmer mein Lieblingszimmer. Die Vorstellung wie er, wenn er etwas größer ist, in seinem Zimmer spielt, ist total schön. Das Einrichten des Kinderzimmers hat mir wirklich Spaß gemacht. Mit dem Schritt zum eigenen Haus sind wir absolut glücklich und ich bin sehr dankbar, dass wir diese Möglichkeit hatten. Die Entscheidung - auch wenn der Hausbau mehr Hürden hatte als wir dachten - würden wir auf jeden Fall wieder treffen.

Geheimnis fürs Glück: gemeinsame Auszeit als Familie nehmen

FIV: Dein Alltag ist sicher vollgepackt und super vielseitig, gibt es etwas, auf das du dabei niemals verzichten könntest? Ein Wundermittel wie Kaffee oder deine täglichen 10 Minuten am Morgen alleine im Bad? Und wie sieht dein Alltag eigentlich aus, mit Youtube, Instagram, Tobias und dem Kleinen ist bestimmt immer viel los? Habt ihr vielleicht ein Ritual wie gemeinsam frühstücken oder etwas in der Art?

Maren: Mir ist es ganz wichtig, dass wir uns trotz der ganzen To Do's immer auch unsere Zeit zu dritt nehmen und gemeinsam essen, spazieren gehen und so weiter. Tobi und ich haben das große Glück, dass wir nicht an feste Bürozeiten oder einen Ort gebunden sind, um zu arbeiten. Dadurch können wir uns mit allem super abwechseln und gegenseitig unterstützen. Das hilft natürlich enorm! Vor allem, da bei uns jeder Tag anders aussieht und sich viele Aufgaben tagesaktuell ergeben.

FIV: Frischgebackene Mama, Hausbesitzerin, Ehefrau und dazu noch super erfolgreich in den sozialen Medien: Wie wuppst du das alles, hast du einen Tipp oder ein Geheimnis, wie du es schaffst mit all dem Stress umzugehen? Versuchst du, dich ab und an "rauszunehmen" oder empfindest du deine vielen Beschäftigungen vielleicht gar nicht als Stress?
Maren: Bei der Aufzählung werde ich ganz rot. Danke für die lieben Worte! „Stress" ist natürlich ein super negativ behaftetes Wort! Es stimmt, dass ich viel zu tun habe und selten unter zehn Stunden am Tag arbeite, aber letztlich mache ich nur die Dinge, Kooperationen und Projekte, mit denen ich mich identifizieren kann und hinter denen ich zu 100% stehe. Sich manchmal rauszunehmen und auf den eigenen Körper zu hören ist aber natürlich trotzdem sehr wichtig. Auch das mache ich immer mal wieder.

Marens perfekter Tag & was sie wirklich glücklich macht

FIV: Du und Tobias scheint wirklich sehr glücklich zu sein und Lyan macht dieses Glück für euch vermutlich perfekt. Wie sieht für dich ein perfekter Tag aus, was darf dabei auf keinen Fall fehlen?

Maren: Meine beiden Männer sind ohne Frage mein größtes Glück! Der perfekte Tag kann ganz unterschiedlich aussehen. Es kann gemeinsame Zeit auf der Couch sein, schöne Reisen, der Start eines neuen Projektes, für das wir brennen und, und, und. Es gibt nicht den einen Ablauf eines perfekten Tages. Grundsätzlich gehen wir jeden Tag positiv an und probieren ihn perfekt zu machen.

FIV: Und zuletzt eine "große" Frage, auf deren Antwort aber sicher viele unserer LeserInnen sehr gespannt sind: Was macht dich, Maren, wirklich glücklich? Und was wünschst du dir für eure Zukunft?

Maren: Das ist leicht zu beantworten: Meine Familie und meine Liebsten machen mich glücklich. Ich wünsche mir, dass sie gesund sind und bleiben. Das ist letztlich immer noch das Wichtigste.

FIV: Herzlichen Dank dafür, dass du dir die Zeit genommen hast meine Fragen zu beantworten. Ich wünsche dir, deinem Mann und eurem Sohn alles erdenklich Gute und gerade in diesen Zeiten vor allem Gesundheit!

Maren: Danke euch! Euch wünsche ich auch nur das Beste! Bleibt gesund und munter!"



NIC KAUFMANN

Interview über TikTok, Instagram & Co.

Nic Kaufmann gehört zu den erfolgreichsten TikTokern in ganz Deutschland. Er postet auf Instagram viel zum Thema Fashion und seine Freunde, zeigt gerne seine Outfits und besuchte auch zusammen mit BOSS in diesem Jahr die Pariser Fashion Week, wo er in der Front Row die neueste Kollektion anschauen durfte - ein Highlight seines Jahres und seiner Karriere wie er uns verrät. Mit uns spricht er auch über das Reisen, sein Leben nach TikTok, seine Wünsche für die Zukunft und seine momentan liebsten Styles.

Inspiration Social Media: Wisdm & Harry Styles

FIV: An deinem Instagram-Feed kann man leicht erkennen, dass du dich mega für Mode interessiert und dass du dich auch durch verschiedene Styles ausdrückst, was macht für dich ein gutes Outfit aus?

Nic: Ein gutes Outfit macht für mich aus, dass die Farben passen, es bequem ist und dass man sich vor allem darin wohl fühlt. Dafür ist auch keine Marken-Kleidung nötig. Ich selbst kaufe auch viel Second Hand und werte mein Outfit dann mit Accessoires auf. Ich finde es auch cool, wenn ich Leute mit meinen Outfits inspirieren kann, deswegen soll es sich auch jeder leisten können.

FIV: Man beschäftigt sich ja immer gerne mit den Dingen, die einem besonders viel Spaß machen und stößt so auf viele verschiedene Eindrücke, wer oder was inspiriert dich auf diesem Weg in deinem Style? Und wer ist dein größtes Vorbild?

Nic: Die meiste Inspiration hole ich mir von meiner Explore Page auf Instagram. Ansonsten hole ich mir auch viel Inspiration von Wisdm und Harry Styles.

FIV: Wenn du dich morgens fertig machst und vor deinem Schrank stehst, was sind die drei Mode-Essentials?

Nic: Bei mir dürfen als erstes Ringe nie fehlen. Sie machen für mich ein Outfit vollständig, ohne sie fehlen die Details. Auch meine Uhr trage ich immer. Die habe ich von meinem Vater bekommen, als ich von zuhause ausgezogen bin, daher verbinde ich mit der Uhr auch viel. Und Parfüm macht für mich auch sehr viel aus und gehört einfach zu einem Outfit dazu.

Das perfekte Outfit? Nic hat die perfekten Tips

FIV: Auf TikTok werden tagtäglich von dir und anderen Trends gesetzt. Gibt es aktuelle oder auch ältere Trends (in der Mode, auf TikTok generell, etc), die deiner Meinung nach besonders cool oder schrecklich waren?

Nic: Grundsätzlich finde ich, dass jeder tragen kann, was er will, hauptsache man fühlt sich wohl. Ich selbst trage viel Vintage und würde mich auch als E-Boy bezeichnen und finde die Trend dahingehend auch cool. Müsste ich jetzt Trends nennen, die ich schrecklich finde, würde ich "Wellensteyn"-Jacken sagen. Auch dieser "Deutschrap"-Style ist nicht wirklich meins, weil ich ihn wenig individuell finde.

FIV: Die Situation auf Social Media so erfolgreich zu sein ist sehr besonders und vor allem für die meisten anderen in deinem Alter etwas Unvorstellbares, was gefällt dir am besten an dem was du machst?

Nic: Am meisten gefällt es mir, dass es immer noch mein größtes Hobby ist, obwohl ich es jeden Tag mache. Mein Leben jetzt gefällt mir so viel besser als mein Leben davor als Informatikstudent. Ich fühle mich in der Fashion Szene einfach sehr wohl und gut aufgehoben.

Auf der nächsten Seite geht's weiter...

„Ich fühle mich in der Fashion Szene einfach sehr wohl und gut aufgehoben.“

Nic Kaufmann

Dank TikTok auf der Fashion Week

FIV: Du erlebst bestimmt viele verrückte Sachen mit den ganzen Möglichkeiten, die sich dir in deiner Karriere auftun. Welcher Moment hat in deiner Karriere bis jetzt den größten Eindruck bei dir hinterlassen und warum?

Nic: Das ist mit Sicherheit die Milan Fashion Show, bei der ich dieses Jahr mit BOSS zusammen sein durfte. Ich wollte schon immer mal auf eine Fashion Show, habe aber nie geglaubt, dass es möglich wäre. Plötzlich in der Front Row zu sitzen, mit anderen Influencern wie Caro Daur und Leonie, war ein unglaubliches Gefühl. Für mich war und ist es sehr besonders.

FIV: Dass du viele aufregende Dinge erlebst ist klar, aber natürlich finden diese nicht immer in derselben Stadt und manchmal auch gar nicht im selben Land statt. Bist du dank TikTok viel unterwegs, wenn ja wie gehst du damit um ständig ein wechselndes Umfeld zu haben?

Nic: Durch die Corona Pandemie komme ich natürlich nicht mehr viel zum reisen. Ich liebe es aber zu reisen, neue Leute und Kulturen kennenzulernen. Ich bin ein sehr offener Mensch und unterwegs zu sein macht mir einfach Spaß. Ich freue mich auch schon darauf, wenn das wieder möglich sein wird.

Wie ihn seine Fans aufmuntern

FIV: Im Internet sieht man natürlich immer nur das, was man selbst von sich preisgibt. Meistens sind das nur die besonders positiven Sachen, die eine Person ausmachen, aber was ist deine schlechteste Eigenschaft?
Nic: Ich bin schon sehr viel am Handy, das ist natürlich auch berufsbedingt so, aber ich möchte das trotzdem ändern. Ich weiß zwar, dass das ungesund ist, aber es es macht mir einfach richtig viel Spaß mit meiner Community im Austausch zu stehen.

FIV: Wenn du mal so richtig down bist, weil irgendetwas im Alltag schief gelaufen ist, oder du mit jemandem Streit hattest, was muntert dich dann auf?

Nic: Tatsächlich muntern mich die DM's von meine Followern oder Postings von Fanpages immer auf. Generell der Support meiner Community. Egal wie schlecht mein Tag läuft, sie schaffen es immer mich aufzumuntern.

FIV: Abschließend noch eine letzte Frage, jeder hat natürlich im Leben Wünsche und Träume, was wünschst du dir für deine Zukunft?

Nic: Ich wünsche mir wieder reisen zu können und dadurch neue Leute und Kulturen kennenzulernen. Daher ist es umso wichtiger, dass wir alle verantwortungsbewusst mit der aktuellen Situation umgehen und uns an die Maßnahmen halten, damit es so schnell wie möglich wieder wie vorher wird.







Fotograf: Samuel Marques Lucio
(Instagram: @marquesvisions)
Model: Nic Kaufmann





Fotograf: Samuel Marques Lucio
(Instagram: @marquesvisions)
Model: Nic Kaufmann

Interview: itsbabyshelly_

Freunde, TikTok & Co.



TikTok erreicht immer mehr Menschen tagtäglich. Man findet den unterschiedlichsten Content auf der Plattform und heute haben wir mal TikTokerin Shelly (itsbabyshelly_) ganz genau unter die Lupe genommen. Sie ist erst 20 Jahre alt und träumt schon länger davon mit ihrem Humor täglich und möglichst viele Menschen zum Lachen zu bringen. Heute erzählt sie uns wie TikTok ihr dabei hilft, was sich in ihrem Leben so verändert hat und wie ihr Alltag aussieht. Neben TikTok und Instagram macht sie noch ein Praktikum und verbringt Zeit mit Freunden und Familie, auch im echten Leben ist es ihr sehr wichtig ihren Humor zum Ausdruck zu bringen und andere zum Lachen zu bringen.

Ihre Freunde unterstützen sie

Obwohl es Shelly erst etwas Überwindung gekostet hat Videos bei TikTok hochzuladen hat sie nun einen riesen Erfolg auf der Plattform. Wir haben mit ihr über die Dinge gesprochen, die sich für sie seitdem verändert haben und was so alles in ihrem Umfeld passiert ist. Sie erzählt davon, wie sie ihren Alltag trotz Kooperationen, Praktikum und TikTok Videos gleichzeitig meistert und dabei auch noch weiterhin immer für gute Laune sorgt. Ihr Humor erreicht nicht nur ihre Supporter verteilt auf Instagram, und TikTok , sondern auch jeden Tag Freunde und Familie. Beide haben sie seit März auf ihrer Reise begleitet und unterstützt wofür sie auch sehr dankbar ist.

Mode ist Shelly sehr wichtig

Ich habe mit Shelly auch ein bisschen über Mode und ihren Style gesprochen, den sie gerne an ihre Follower weitergibt. Wie viele hat Shelly ein großes Interesse an Mode und Styling und hat durch TikTok auch eine neue Welt gefunden in der sie ihren Style zeigen und Inspirationen dazu finden kann. Aber sie spricht auch darüber, wie schwierig es manchmal ist das perfekte Outfit zu finden und dass es manchmal auch einfach sein muss, gar nicht gestylt oder geschminkt aus dem Haus zu gehen. Wer kennt dieses Gefühl nicht?

Leben zwischen TikTok und Praktikum: Perfekt Gemeistert

Hey Shelly, schön dass du Zeit hast unseren Lesern ein paar Fragen zu dir zu beantworten.

FIV: Wir befinden uns ja alle momentan in einer besonderen Lage, die sich gerade im Alltag bemerkbar macht. Wie sieht dein typischer Tag momentan aus?

Shelly: Mein Tag läuft eigentlich ziemlich normal ab. Ich stehe morgens meistens so um 8 Uhr auf und fahre dann mit dem Fahrrad zu meinem Praktikum. Danach fahr ich nach Hause und nehme meistens meine TikToks auf oder schreibe mit Abonnenten. Normalerweise würde ich mich auch ab und an mal mit den Mädels zum Essen oder shoppen verabreden, aber das ist ja leider momentan nicht möglich.

FIV: Wir alle machen uns morgens vor dem Spiegel Gedanken zu unserem Outft und Co.. Was ist dir beim stylen am Morgen am wichtigsten? Gibt es etwas worauf du niemals verzichten könntest?

„Bei mir gibt es auch Tage wo ich mich gar nicht style."

Shelly: Bei mir gibt es auch Tage wo ich mich gar nicht style. Aber was immer sein muss ist eine Tagespflege! Ohne die geht gar nichts, weil sich meine Haut sonst immer so trocken anfühlt, dass ich das den Tag über gar nicht aushalte. Ansonsten sind mir die Augenbrauen und ein wenig Concealer aber auch sehr wichtig! Einfach für einen frischen Look.



FIV: Auf Instagram zeigst du deinen Followern ja auch Outfits, die du dir so zusammenstellst und die sehen ja auch immer klasse aus! Ist es dir wichtig, dass du immer gut angezogen bist?

Shelly: Ich sag mal so: Mir wäre es gerne ein bisschen wichtiger mich gut anzuziehen. Am Wochenende ist das auch meistens der Fall, aber in der Woche wenn ich morgens früh aufstehe und keine Motivation habe, kann es gerne mal ein weiter Pulli mit einer Jeans werden. Da wäre ich gerne konsequenter.Woher nimmt sie ihre Inspiration?

Besonders gut drauf? Sie zeigt es mit ihrer Kleidung

FIV: Wie wichtig ist dir Mode? Sicherlich macht sie einen großen Teil von deinem Leben aus, da du dich jeden Tag vor der Kamera zeigst.

Shelly: Mode ist mir sehr wichtig. Ich liebe Klamotten einfach so sehr und das ständige kombinieren von neuen Teilen. Man kann sich immer neu erfinden und zu jedem Anlass was neues anziehen. Vor allem kann man damit auch gewisse Emotionen hervorrufen.

FIV: Bestimmt hast du auch jemanden, der dich in der Mode inspiriert, wie du deine Follower. Wer ist das bei dir?

Shelly: Tatsächlich inspiriert mich TikTok sehr. Durch die Videos die ich Täglich auf meiner For You Page sehe, sehe ich immer wieder neue Styles und finde schnell Sachen die mir auch gefallen. Wie zum Beispiel der Trend mit den Pullundern momentan, wo meine Oma total schockiert war als sie gesehen hat, dass sowas junge Leute in den aller buntesten Farben tragen.Freunde und Familie: Was hat sich alles verändert?

Shelly bringt die ganze Familie zum Lachen

FIV: Du zeichnest dich ohne Frage durch deinen wahnsinnigen Humor aus. Bist du privat genauso wie auf TikTok?

Shelly: Ich muss sagen, dass ich mich selbst ziemlich lustig finde und auch meine Freunde gut entertaine. Diese ironische Art ist nun mal meine Art und scheint bei vielen gut anzukommen. Auch mit meiner Familie witzel ich oft rum.
FIV: Bestimmt haben dich einige Reaktionen erreicht, nachdem das mit TikTok geklappt hat. Hat sich bis jetzt etwas in deinem Leben verändert, wenn ja was?

Shelly: Mein Leben hat sich sehr durch TikTok geändert, denn ich kann endlich das machen was ich schon immer wollte und das ist Comedy. Ich hatte mir schon damals mit 15 heimlich einen YouTube-Account gemacht oder habe auf Snapchat Vlogs gedreht , doch irgendwie wurde ich nie gesehen. Durch TikTok hab ich die große Chance bekommen gesehen zu werden, was ich sehr schätze. Ich freu mich einfach total den Leuten ein Lächeln auf die Lippen zu zaubern. Dazu kommt natürlich auch, dass ich mit total tollen Firmen zusammenarbeiten darf. Ich hatte damals aus Spaß zu meinen Freundinnen gesagt: „Stellt euch mal vor ich würde Produkte zugesendet bekommen." und jetzt kann ich mich vor Angeboten kaum noch halten, was für mich total unreal ist.

Durch Überwindung zum Erfolg

FIV: Wie man auf deinem Profil sehen kann, bist du seit Anfang März auf TikTok unterwegs. Wie bist du zu TikTok gekommen und warum nicht Instagram oder YouTube?

Shelly: Ich muss zugeben, eigentlich dachte ich bevor ich TikTok benutzt habe, dass es seeeehr cringe ist dort Videos hoch zu laden. Doch als der erste Lockdown durch Corona kam, kam auch die Langeweile und ich hab mich dazu hinreißen lassen TikTok runterzuladen. Plötzlich fand ich die Videos total toll, weil der Algorithmus mich

so gepackt hatte, dass es mich selbst in den Fingern gekitzelt hat. Ich musste selbst Videos machen. Dann habe ich erst angefangen von anderen die Sounds zu benutzen und dann hab ich selbst Videos gemacht, die zu meinem Überraschen sehr gut ankamen.

FIV: Offensichtlich erreicht deine Art Hunderttausende, wie man an deinen 300.00+ Followern leicht erkennen kann. Wie haben deine Freunde reagiert, als du erfolgreich auf TikTok geworden bist?

Alle meine Freunde haben positiv darauf reagiert [...].

Shelly: Alle meine Freunde haben positiv darauf reagiert und es sich irgendwie schon gedacht, dass sowas passiert. Ich hab den Weg in die Öffentlichkeit schon immer gesucht und das haben meine Freunde natürlich auch gemerkt. Natürlich werd ich nun als „TikTok"-Star aufgezogen obwohl ich mich gar nicht wie jemand Bekanntes fühle, aber damit muss ich jetzt wohl klar kommen. Ich bin einfach nur super froh, dass meine Freunde mich dabei supporten und es mir gönnen.

Demnächst auf die große Bühne?

FIV: Was hast du alles noch so vor auf TikTok? Gibt es schon irgendetwas für die Zukunft wovon du erzählen darfst?

Shelly: Wo die Zukunft hingeht weiß ich noch nicht genau. Natürlich meine Abonnenten weiter mit guter Laune versorgen! Für die Zukunft seh ich mich vielleicht sogar mal auf einer Bühne als Stand-Up Comedian. Ich hätte super Lust mal live vor einem Publikum zu stehen und meinen Abonnenten ganz nah zu sein. Das wäre ein großer Traum.

FIV: Danke, dass du uns etwas über dich erzählt hast. Bleib gesund und alles Gute vom FIV-Team!

Shelly: Ich bedanke mich für die schönen Fragen!
Ganz lieben Gruß, Shelly





Erfolg dank Spaß mit der Schwester

FIV: Ihr habt mit 2,7 Millionen Abonnenten auf TikTok einen großen Erfolg! Seid ihr froh, dass ihr diesen Weg gegangen seid und somit zahlreiche Follower hinter euch stehen habt?

J&M: Auf jeden Fall. Es war das Beste, was wir machen konnten.

FIV: Euch scheint es Spaß zu machen, euch gegenseitig zu pranken oder in einer Challenge gegeneinander anzutreten und diese Späße mit euren Followern zu teilen. Seid ihr im Alltag genauso drauf, dass ihr euch selbst nicht ganz ernst nehmt und so locker miteinander umgeht?

J&M: Ja. Wir sind beide sehr albern. Wir haben immer viel Spaß miteinander und toben auch mal rum wie Kinder. Da sind wir uns sehr ähnlich. Richtige Kindsköpfe.

FIV: Wie seid ihr eigentlich auf die Idee gekommen, mit TikTok anzufangen? Habt ihr zu Beginn einfach nur Videos für euch privat gedreht, oder direkt welche gepostet?

J&M: Wir hatten uns schon vorher aufgenommen, ohne etwas hochzuladen. Jennys kleine Schwester war bei uns zu Besuch und sie hat mir dann TikTok gezeigt. Ich habe mit ihr Tanzvideos gedreht. Als Jenny das sah, wollte sie das auch mit mir machen. Da haben wir dann angefangen, Videos hochzuladen.

FIV: TikTok ist mittlerweile zu eurem Hauptberuf geworden, richtig? War es euer Plan und Ziel, so eine Reichweite auf TikTok zu erreichen, oder hattet ihr andere Pläne? Wenn ja, welche?

J&M: Ja. Wir verdienen mit Social Media unseren Lebensunterhalt. Eigentlich haben wir nur aus Spaß Videos hochgeladen. Dass wir so eine krasse Reichweite erreichen war nicht wirklich geplant. Ich war gerade durch mit dem Studium und Marco war fest angestellt. Unser Plan war eigentlich heiraten und viel reisen. Social Media hat uns dann die Unabhängigkeit gegeben viel zu reisen und von unterwegs zu arbeiten. Geheiratet haben wir dann im August 2019.

TikTok-Karriere mit Kind: So planen Jenny & Marco ihr Leben als Eltern

FIV: Ihr seid bald im Endspurt eurer Schwangerschaft! Wie habt ihr es vor, eure Social Media Accounts weiterzuführen? Wollt ihr erstmal den Dreh der TikToks minimieren oder habt ihr vor, eure Fans weiterhin so viel mitzunehmen und mit ihnen euren Alltag als frischgebackene Eltern zu teilen?

J&M: Wir möchten unsere Community auf jeden Fall mit nehmen und Teil haben lassen. Wir müssen natürlich schauen wie es Jenny und dem Baby geht nach der Geburt. Davon machen wir das abhängig, ob wir dann erstmal eine Pause machen.

FIV: Euer Leben wird sich mit einem Kind stark verändern und euer Alltag wird sich mit Sicherheit auch anders gestalten müssen. Habt ihr bestimmte Pläne für die Zukunft, beruflich und auch privat? Was ist euer größter Traum?

J&M: Das Baby wird unser Leben noch mehr bereichern. Wir möchten gerne mit unserem Sohn viel reisen solange er noch nicht zur Schule muss. Hoffentlich ist das schnell wieder möglich. Beruflich möchten wir erstmal genau so weiter machen wie bisher. Es sind noch neue coole Projekte geplant. Darauf freuen wir uns sehr.

So gehen die beiden mit ihrem Leben in der Öffentlichkeit um

FIV: Inwiefern hat sich euer Leben seit eurem Schritt, in der Öffentlichkeit zu stehen, verändert? Welche Vor- und Nachteile bringt der Job mit sich und was gefällt euch am meisten an eurem Beruf?

J&M: Wir können uns kreativ ausleben, wir sind unabhängig und können sehr viel Zeit miteinander und dann auch mit unserem Baby verbringen. Wir können beide einfach 24/7 für unser Baby da sein. Wir sind unglaublich glücklich, dass wir diese Möglichkeit haben. Es gibt aber natürlich auch Nachteile. So in der Öffentlichkeit zu stehen bedeutet auch weniger Privatsphäre. Man wird überall erkannt. Im Urlaub am Starnberger See konnten wir keine 20m gehen ohne ein Foto machen zu müssen. Aber wir haben uns das ausgesucht und ohne unsere Community wären wir nicht da wo wir jetzt sind. Darum machen wir immer gerne Fotos mit Fans, die uns höflich ansprechen. Es gibt auch viele Menschen, die einem das nicht gönnen und Hate-Kommentare und Nachrichten schreiben. Die wird es aber immer geben und an uns prallt das nur ab.

FIV: Auf was könntet/wolltet ihr im Alltag nicht verzichten? Habt ihr eine bestimmte Routine oder einen bestimmten Arbeitsablauf, wann ihr eure TikToks dreht oder dreht ihr dann, wann ihr gerade Zeit und Lust habt?

J&M: Wir sind schon viel mit der Produktion von Videos beschäftigt. Dazu gehört ja Brainstorming für Video Ideen und TikTok nach neuen Trends durchsuchen. Das Video drehen und am Ende auch schneiden und hochladen. Zusätzlich versuchen wir auf die Kommentare zu reagieren und auf Nachrichten zu antworten. Meistens sind wir von morgens bis nachmittags am produktivsten. Ganz oft sitzen wir aber auch abends um 23 Uhr noch da und dann kommt die Idee, die wir dann doch noch schnell abdrehen.

FIV: Habt ihr einen Punkt eurer Karriere oder auch privat, auf den ihr gern immer wieder zurück schaut und der euch geprägt hat? Eure Hochzeit war mit Sicherheit auch ein super schöner Tag oder? Was war das schönste in eurer Karriere, was ihr je gemacht habt?

J&M: Die Hochzeit war wirklich der schönste Tag in unserem Leben. Am meisten geprägt hat uns dann unsere Los Angeles Reise im Februar 2020. Wir haben dort mit den ganzen internationalen TikTok Stars Videos produziert und konnten auch viel lernen zum Thema Professionalität und Schauspiel. Wir waren 4 Wochen da und haben es genossen Tagsüber Videos zu drehen und Abends in Malibu auf einer Klippe den Sonnenuntergang über dem Meer zu betrachten.

Fotografin: Mona Strieder
Model: Letizia Lepere
Make-Up und Haare: Malin Dorel









Fotografin: Mona Strieder
Model: Letizia Lepere
Make-Up und Haare: Malin Dorel


FIV
fashion
interview

Herausgegeben von
CXMXO Media Group
Stephan M. Czaja

Autoren
Louis Panten
Daria Metternich
Carina Koch
Isabel Barroso
Elisa Becker
Katja Schmidt
Ronja Heinzl

Interview Gäste
Nic Kaufmann
itsbabyshelly
Maren Wolf

Design Editor
Isabel Barroso

Bildmaterial
Samuel Marques Lucio
Mona Strieder
Ninety-9
Melanie Funk
Unsplash
Pixabay





FIV

fashion interview