

Al Ferano Trends Frühling/Sommer 2007

Elegant aber ungekünstelt

Die Sommermode 2007 spielt mit Gegensätzen und widerspiegelt damit ein Lebensgefühl, das unser Denken und Handeln definiert. Auf der einen Seite steht das Bedürfnis nach Wertigkeit, Individualität und Tradition, auf der anderen die Lust nach Kreativität und Spass. Das Resultat: selbstverständliche Eleganz, ungekünstelter Chic, angezogenes Wohlfühlen. Nichts wirkt aufgesetzt, alles präsentiert sich natürlich. Als hätte Mann nie andere Kleidung getragen.

In Themen gesprochen heisst dies: natürliche Eleganz und Souveränität in Anlehnung an die Leinwandhelden der 40er-Jahre, das Savoir-Vivre der Côte d'Azur und die Hitze Kaliforniens; stilistische Ableitungen von Edelsportarten wie Tennis, Golf, Segeln und Polo, genannt Luxury Sports, sowie die hohe Schneiderkunst der Savile Row mit Fokus auf Details und hochwertig-traditionelle Verarbeitung.

Die Schnitte

Die Schnittführung ist nach wie vor sehr nahe am Körper und betont die Silhouette des Trägers. Tendenziell werden die Vestons sogar noch einen Tick schmaler und kürzer. Entsprechend sind auch die Hosen körpernah und sitzen tiefer auf der Hüfte.

Es ist aber nicht nur die Linie, welche den Look prägt, auch die Fronten sehen deutlich anders aus. Die Revers tendieren zur Schmalheit und werden tiefer gezogen. Das Spitzrevers bietet eine modische Alternative. Zweiknopf wird Standard und auf leisen Sohlen kündigen sich Einknopfer an.

Die Stoffe

Die Stoffe zeigen sich klassisch inspiriert, erhalten aber durch die Materialmischungen oder dem Finishing einen modernen, innovativen Touch. Entsprechend der neuen männlichen Affinität zu Luxuriösem, ist ein Trading-up beim Stoffeinsatz festzustellen. Edle Mischungen mit Seide oder Mohair beispielsweise und andere Qualitäten, die einen dezenten Lüster haben, sind sehr aktuell. Baumwolle und Leinen, die klassischen Sommerstoffe schlechthin, sind im modisch-sportlichen Umfeld sehr präsent - dies entweder als reine Gewebe oder gemischt mit anderen Naturfasern.

Die Designs

Die Dessinierungen zeigen sich beruhigt. Kontrastige und farbige Streifen sind passé – Diskretion steht im Vordergrund. Wenn überhaupt Dessins, so Fineliner, Schattenstreifen und verschwimmende kleine Karos. Unis und uni-nahe Gewebe sind ganz stark bis hin zu einer fast changierenden Optik. Glanz überhaupt. Etwa im Stil von Mohair und Seide.

Die Farben

Die traditionellen Männerfarben sind zurück. Grau in all seinen Schattierungen, naturnahe Beige- und Brauntöne sowie Blau und Schwarz. Trotz der traditionellen Farbpalette ist die Herrenmode weit weg vom „Graue-Maus-Look“. Die Töne werden sehr raffiniert und frisch interpretiert und erhalten dadurch eine aktuelle, zeitgemässe Ausstrahlung.

Wie erwähnt erwacht Blau aus dem Dornröschenschlaf. Weiss ist für Insider die Modefarbe par excellence und auch Braun meldet sich zurück..

Auf richtige Farbe muss Mann trotzdem nicht verzichten. Er wird über verwaschene, zarte, milchige Töne, die vor allem als Akzente eingesetzt werden, an die trendige Unfarbigkeit geführt.

Die Shootingstars

Der Siegeszug des Vestons geht weiter. Oft teil- oder ungefütert – immer aus hochwertigen Materialien und noch eine Spur kürzer geschnitten als in der letzten Saison. Ein besonderes Revival erlebt der Blazer. Mit seinem sportlich-eleganten Touch ist er der perfekte Begleiter.

Massbekleidung im Aufwind:

Weil optische Qualitäten überzeugen

Wer beruflich vorwärtskommen will, muss nicht nur über Macherqualitäten verfügen, sondern auch über einen stilsicheren Auftritt. Zum Glück kann Mann auf individuelle Lösungen zählen, zum Beispiel auf die Massbekleidung von Al Ferano.

Der erste Eindruck ist entscheidend, gerade im geschäftlichen Umfeld, wo man oft neue Kontakte knüpft. Denn weit mehr als Argumente bleiben die «weichen» Faktoren wie Stimmfall, Ausdruck und optischer Eindruck im Gedächtnis hängen. Deshalb ist das Äussere von solch grosser Bedeutung. Und in einem Umfeld, das aufgrund bestimmter Dresscodes relativ standardisierte Formen des individuellen Stylings kennt, ist es umso wichtiger, die Zwischentöne herauszuhören. Anders gesagt: ein Anzug ist nicht einfach ein Anzug.

Die Massbekleidung erlaubt es, innerhalb bestimmter Konventionen, eine Menge individueller Ideen auszuleben. Dabei ist Bekleidung nach Mass keinesfalls überholter Luxus, sondern eine moderne, budget- und zeitschonende Form des Einkaufens. Individualität ist garantiert: Der Kunde bestimmt zusammen mit dem Berater Stoff, Schnitt, Futter, Knöpfe, Kragen und Manschetten und wählt aus einer Vielzahl weiterer Verarbeitungsoptionen.

Al Ferano, seit 1992 in der Massbekleidung tätig, ist Schweizer Marktleader. Mit 14 gut geschulten, hoch motivierten MitarbeiterInnen deckt die Firma das gesamte Spektrum der Massbekleidung für den anspruchsvollen Herrn ab. Die Berater kommen zum Kunden – sei dies im Büro oder nach Hause. Wem das zu privat oder zu wenig prickelnd ist, dem bietet Al Ferano die Möglichkeit, sich im Showroom in Zürich oder in den Shop-in-Shops bei Herren Globus in Zürich, Basel und Bern beraten zu lassen.

Das Credo lautet Qualität. Und zwar in den Textilien, die aus den besten Webereien Europas stammen; in der Passform, für die detailliert Mass genommen wird; in der Verarbeitung, die in traditionsreichen europäischen Nähereien erfolgt und, last but not least, in Sachen Service.

Al Ferano – Das Angebot:

Anzug, Hemd, Mantel oder festliche Bekleidung – gefertigt nach den Massen des Trägers. Anzüge kosten zwischen CHF 900.– und 3'500.–, Hemden zwischen CHF 139.– und 349.–, je nach Stoff und Verarbeitungsart.

Al Ferano Mode AG:

Gegründet:	1992
Anzahl Mitarbeiter:	14 Festangestellte
Kooperationen:	Shop-in-Shops in den Herren Globus Filialen Zürich, Basel und Bern
Geschäftsleitung:	Reto Caprez
Eigentümer:	Stephan Hägeli (Gründer), Reto Caprez
Pressekontakt:	Reto Caprez, Al Ferano Mode AG, Rüdigerstrasse 15, 8045 Zürich Telefon unter +41 44 287 22 22 oder +41 79 320 65 90 rcaprez@alferano.com, www.alferano.com