

Modetrends Al Ferano: Herbst / Winter 2005 / 2006

England gibt in der Männermode den Ton an. Britische Klassik wird mit den Augen eines modernen Dandys interpretiert

Be british. Formell, aber nicht steif. Traditionell, aber nie humorlos.

Bis die Italiener vor rund fünfzig Jahren Terrain wettmachten, gab es in Sachen Eleganz und guten Geschmack für den Mann nur eine Referenz: Savile Row, London. Was die englischen Schneider fertigten, prägte weltweit das Verständnis dafür, wie ein Mann auszusehen hat.

Diesen Herbst zollt die internationale Männermode der grossen Männermode-Nation für diesen Pioniergeist Tribut. Man findet wieder Gefallen an Perfektion und Proportion. Traditionelle Muster und Kombinationen verweisen ganz auf die englische Klassik.

Was allerdings geändert hat ist die „Attitude“, mit der die britischen Meister zitiert werden. Zum Anzug gehört heute eine Portion Exzentrik und ein Schuss Humor genauso wie etwas modischer Wagemut. Der neue Dandy kommentiert den Zeitgeist immer mit einem leisen Schmunzeln.

Die neuen Anzüge zeigen sich durchs Band elegant und puristisch. Sie sind aus edlen Materialien, schlank geschnitten und von eher dunkler Farbe. Neben dem bestens etablierten Dreiknöpfer sieht man auch vermehrt tiefer gezogene Revers in der Zweiknopf-Front. Der elegante dreiteilige Anzug mit Weste und der hochgeschlossene Doppelreihler kehren wieder zurück.

Dekorative Details wie exklusive Knöpfe, Leder-Patches, Zierstiche, kräftige Farben im Futter oder bunte Unterkragen sorgen für eine dezent verspielte Note.

Bei den Materialien ist die Wolle der grosse Taktgeber – am aktuellsten, wenn sie sich auch optisch „wollig“ präsentiert, wie in klassischen britischen Dessins und Qualitäten wie Checks, Tweeds, Shetlands und Flanells.

Von Casual bis Business

Mit moderner Klassik ist man zu jeder Zeit und Situation richtig gekleidet. Es dominiert die britische Optik, aber sie wird mit italienischer Raffinesse auf den neuesten Stand gebracht. .

Der bequem geschnittene Veston in der neuen Woll-Optik wirkt angezogen und dennoch locker. Er ist immer wieder anders zu kombinieren – von perfekt bis lässig.

Bei den Hosen geben weiterhin die schlanken Typen mit eher tiefem Bund den Ton an, allerdings ist auch die Bundfaltenhose auf den Laufstegen durchaus kein Exote mehr.

Bei den Hemden gehen jetzt kühle Töne jetzt voran. Alles schön ruhig verpackt. Denn nach dem Hype mit den markanten Streifen melden sich Unis und Faux-Unis zurück. Wichtig bleiben Mikromuster und dezentere Blockstreifen, die nun auch wieder das Karo einschliessen.

Der klassische Mantel ist ein ganz grosses Thema des kommenden Winters . Er ist knielang oder kürzer, tailliert, und wird ein- oder zweireihig getragen.

Zu einem Kernthema entwickeln sich die Accessoires des Mannes: Richtig eingesetzt, verleihen sie dem Outfit Kontur und setzen ein individuelles Signal.

Fotos: Jonathan Heyer Zürich
Abdruck: Honorarfrei bei Fotovermerk Al Ferano.

Belegexemplare erbeten an:

Al Ferano Mode AG
Herr Reto Caprez
Rüdigerstrasse 15
CH-8045 Zürich
Telefon 044/287 22 22
ch@alferano.com

Al Ferano – Die Geschäftsidee

Die AlFerano Mode AG wurde 1992 gegründet. Die Geschäftsidee: individuelle Mode nach Mass kombiniert mit einem Top-Service für den anspruchsvollen Geschäftsmann.

Denn der Modeberater garantiert dafür, dass seine Kunden immer und überall passend angezogen sind: indem er sie im Büro oder zu Hause auf Termin besucht, in Stilfragen individuell und kompetent berät, die neusten Stoffe präsentiert, Mass nimmt und bereits nach 4 Wochen wieder zur Anprobe erscheint. All-fällige Nachbesserungen sind im Preis inbegriffen.

Zur Wahl stehen ein Vielzahl von Anzugsschnitten, von klassisch bis modisch, dazu über 1000 edelste Stoffe, von Loro Piana über Ermenegildo Zegna bis zu Dormeuil und Scabal. Hemden nach Mass mit eingesticktem Monogramm und die passenden Krawatten komplettieren das Angebot. Selbstverständlich legt Al Ferano auch bei jedem Kleidungsstück grösste Aufmerksamkeit auf optimale Passform, maximalen Tragekomfort, exzellente Verarbeitung und Qualität bis ins letzte Detail. Dazu zählen aufknöpfbare Ärmelschlitze ebenso wie die grosse Auswahl an hochwertigen Knöpfen und Futterstoffen oder die unfixiert liegende Rosshaareinlage. Letztere ist zwar auf den ersten Blick nicht zu erkennen - aber schon bei der ersten Anprobe zu spüren.

All dem zum Trotz bekommt man ein Al Ferano-Masshemd aus dem Business Basic Segment bereits für CHF 139.- und einen Anzug nach Mass schon ab CHF 850.

In der Schweiz ist Al Ferano heute Marktführer im Segment Mode nach Mass. Die 12 Mitarbeiter im Direktverkauf und die MitarbeiterInnen in den Masscorner in den Herren Globus Filialen Zürich, Bern und Basel, stehen täglich im Dienst unserer Kunden.

Höchste Zeit also, über Mund-zu-Mund-Werbung hinaus eine breitere Öffentlichkeit gezielt anzusprechen und mit die Lifestylekompetenz der Marke Al Ferano bekannt zu machen. Aus diesem Grund hat AlFerano das Magazin no guide ins Leben gerufen. Zweimal im Jahr wollen wir den Leser anspornen, Seine Individualität zu leben. Mit Kollektionshighlights, ungewöhnlichen Exkursen in die Welt der Mode, Portraits spannender Persönlichkeiten und vielem mehr. Wir verstehen uns Magazin als Orientierungshilfe für Männer, welche sich Freiräume schaffen und zu einem persönlichen Stil „ja“ sagen.

Al Ferano Mode AG:

| | |
|---------------------|--|
| Gegründet: | 1992 |
| Umsatz: | wird nicht bekannt gegeben |
| Anzahl Mitarbeiter: | 12 Festangestellte. Shop-in-Shop Konzept in den Herren Globus Filialen Zürich, Basel und Bern. |
| Geschäftsleitung: | Reto Caprez |
| Eigentümer: | Stephan Hägeli (Gründer), Reto Caprez |