

Individuell, wärmend und aus fließenden Stoffen

Product News Paul & Shark Herbst/Winter-Kollektion 2008, Callisti Herbst/Winter-Kollektion 2008, Fee Kruse Herbstkollektion.

Kategorie	Launch
Produkt	Paul & Shark Herbst/Winter-Kollektion 2008
Vertrieb	Paul & Shark
Distribution	Paul & Shark Men & Cadets Graben 11, Paul & Shark Ladies Naglergasse 17 (beide 1010 Wien), Paul & Shark Sporgasse 24, Graz
Kontakt	Paul & Shark, Tel.: 01/512 51 29 bzw. 01/533 31 52



Das italienische Label Paul & Shark verbindet urbane Mode mit entspanntem Freizeitgefühl. Die Farbthemen der aktuellen Kollektion sind „Yachting“ mit Navy, Rot und Weiß, „Indian Summer“ mit warmen Brauntönen, Rost, Taube und Aubergine sowie „City Elegance“ mit Schwarz und Grau. Aus High-Tech-Materialien ist das wasser-, öl- und schmutzabweisende „Heat Jacket“. Die Taschen dieser teflonbeschichteten Jacke werden durch einen eingebauten Heizkreislauf erwärmt. Auch leichte Daunenjacken und Cashmere sind in der Kollektion. Für Damen sind extralange Strickteile mit schmalen Unterteilen im Trend. Auch für „junge Männer“ von vier bis zwölf Jahren gibt es neue Designs. Die Herbst/Winter-Kollektion ist in den Wiener Innenstadt-Stores Paul & Shark Ladies und Paul & Shark Men and Cadets sowie im Store in Graz erhältlich.



Kategorie	Launch
Produkt	Fee Kruse Herbstkollektion 2008
Vertrieb	Fee Kruse
Distribution	www.feekruse.at, Atelier Fee Kruse in Bad Sauerbrunn
Einführung	13. September
Kontakt	Fee Kruse, Tel.: 0650/540 7788

Fee Kruse designt seit März 2008 individuelle Kinderkleidung für null bis drei Jahre. Für den Herbst 2008 umfasst die Kollektion unter anderem Nickilatzhosen, Latzhosen aus warmen Baumwollstoffen, Hemden und Fleecejacken mit Zwergerlkapuze. Die Kleidungsstücke werden in Ungarn gefertigt, bei der Auswahl der Stoffe legt Fee Kruse großen Wert darauf, dass diese dem Öko Tex-Standard entsprechen oder aus Biobaumwolle hergestellt werden. Sowohl die Herstellung der Stoffe als auch die Produktion wird laut Fee Kruse ohne Kinderarbeit und nach ethischen Kriterien gemacht. Alle Produkte der neuen Kollektion gibt es ab 13. September im Onlineshop auf www.feekruse.at oder im Atelier Fee Kruse in Bad Sauerbrunn.



Kategorie	Launch
Produkt	Callisti Herbst/Winter-Kollektion 2008
Vertrieb	Callisti
Distribution	Callisti Shop, Lerchenfelder Straße 92, 1080 Wien
Kontakt	Callisti, Tel.: 01/408 3000

Das Wiener Label Callisti präsentiert im Herbst/Winter eine Kollektion in Anlehnung an die Natur und die mystische Feen- und Elfenwelt. Designerin Martina Müller hat den größten Fokus auf die Casual-Linie für die Businessfrau untertags gelegt. In der Kollektion sind unter anderem Woll-, Blusen- und Cordkleider. Es dominieren Herbstfarben: Schwarz, Beige, Schlamm, Anthrazit und Braun. Abgerundet wird die Kollektion mit Cocktailkleidern aus fließenden Materialien wie Satin und Seide.

C&A Die Textilhandelskette launcht ihre Kollektion für den Herbst und Winter 2008

Die Trends bei C&A: Wolle, Naturtöne und Kleider

Wien. Für Mädchen und Jungen gibt es die Clockhouse Young Fashion Street Culture-Kollektion, die die 90er Jahre-Street Fashion mit Ethno verbindet.

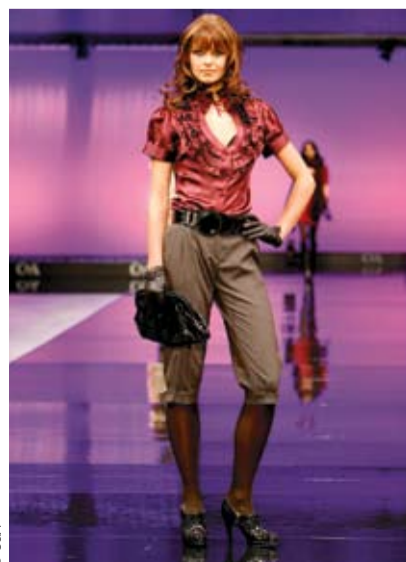
Weiters in der Clockhouse Young Fashion-Kollektion sind „Eco Life“ und „Landscape“. Die Serie „Eco Life“ ist in Beige- und Naturtönen gehalten. Bevorzugtes Material für Mäntel und Accessoires wie Schals, Mützen und Handschuhe ist Wolle.

„Landscape“ verbindet Brauntöne mit Grünnuancen. Beerentöne, Senf und Orange bilden dazu den Kontrast.

Von der Farbe Schwarz wird hingegen die Yessica „City Biker“-Linie dominiert. Sie kombiniert Leder, Wolle und Grobstrick mit Metallic-Nieten und Flanell. „Luxury“ ist vom Glamour der 40er-Jahre inspiriert, „Boho Hippie“ von Hippie-Einflüssen und dem Bohème-Le-

bensstil. Kleider in allen Varianten runden die Kollektion ab.

Für Männer wurde die „Military Force“-Linie mit Hosen aus Wollmischungen und Wollmäntel, Oversize-Pullovern und Cardigans designt. „British Chic“ signalisiert Understatement. Dazu gibt es eine neue Lingeriekollektion in Samt, Satin und Chiffon und eine Kinderkollektion mit Monstern und Totenköpfen als bevorzugte Motive. (red)



Deutschland Preisanstieg Kinderkleidung

Köln. Da der Handel in Deutschland keine Spielräume für die anstehenden Preisanhebungen bei den Herstellern habe, müsse er diese an die Kunden weiterreichen, sagte Heijo Gassenmeier, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Textileinzelhandels (BTE), bei der internationalen Fachmesse Kind + Jugend in Köln. Auch der Geschäftsführer des Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels, Willy Fischel, wolle steigende Preise nicht ausschließen. Über die Höhe der Preisanhebungen machten die Experten keine Angaben.

Laut Gassenmeier kostet die Neuananschaffung einer Erstausrüstung auf mittlerem Preisniveau rund 1.400 €. Die durchschnittlichen Ausgaben für Kinderbekleidung für sechs bis 13-Jährige liege mit 319 € um zehn Prozent über den Ausgaben vom Jahr 2007. Mädchen und Jungen achteten verstärkt auf Markenbekleidung und wüssten „genau, was sie wollten“, so Gassenmeier. Sowohl bei Spielwaren als auch bei Kinderbekleidung gebe es einen Trend zu höherwertigen Waren. (red)

Björn Borg Partnerbörse „Love for all“

Stockholm. Das Unterwäschelabel des ehemaligen schwedischen Tennisspielers Björn Borg startet als neue „Mission“ eine Online-Partnerbörse auf <http://www.bjornborg.com/en/love/>.

In wenigen Schritten soll so der ideale Partner für sich oder für Freunde gefunden werden: Die User geben Alter, Vorname, Vorlieben, Interessen und Vorstellungen an, laden ein Foto hoch und der Partner in spe kann sich melden.

Die aktuelle Kollektion des Unterwäschelabels für Damen und Herren ist von farbigen Mustern geprägt. Unter den Modellen: Das Damen-Set „Purple Jungle“ in Lila, Braun und Weiß und die Männer-Shorts „Hot Red“. (red)

