

FIV

*Fashion
Interviews*

Fotos:
Shino Photography
Model:
Louisa Mazzurana
Agentur:
ME-MYNT

Moskau
Fashion
Week

Virtuelle
Models!

Die Zukunft von
morgen?

Shudu Gram,
Zoe Dvir,
Miquela Sousa

**Luxusuhren
Special**

Rolex & Co.

Brand-Guide

Tom Ford, Tiffany & Co.

+ **Kasia Lenhardt**

Interview: Reise & Mama Sein

+ **Sarina Nowak**
Curvy Model in Hollywood

TOP STORY

Louisa
Mazzurana

Interview

Fashion, Tipps, Modeln & ihre Handin Cassie

FIV ISSUE #6

FIVMAGAZINE.COM



GERMANY - UNITED STATES - UNITED KINGDOM - FRANCE - ITALY - SPAIN

FIV

Fashion Interview

Brands

- 4 **Tom Ford**
Sortiment, Karriere & Privatleben des Designers
- 8 **Tiffany & Co.**
Ringe, Ketten, Armbänder, Ohrringe
- 14 **Jeremy Meeks**
Wie der Bad Boy mit blauen Augen zum Supermodel wurde - Karriere, Vergangenheit, Privatleben

Interviews

- 18 **Louisa Mazzurana**
exklusives Interview: Fashion, Tipps für's Modeln & ihre kleine Hündin Cassie

- 26 **Kasia Lenhardt**
Ihre Fitnesstipps, wundervolle Reisen & Leben als Mama ganz privat
- 38 **Anna Christina Schwartz**
Mode, Beauty, Fashion Lifestyle
- 44 **Sarina Nowak**
Curvy Model & aufstrebende Schauspielerin in Hollywood

Virtuelle Models

- 50 **Virtuelle Influencer/ Models**
Die Zukunft von morgen? Zoe, Ella, Bermuda, Miquela, Shudu & Co.
- 54 **Moskau Fashion Week**
Virtuelle Models & Newcomer Designer

- 58 **Shudu Gram**
Erstes schwarzes, virtuelle Model & Instagramstar
- 61 **Bermuda**
Virtuelles Model, Skandale, Musikkarriere
- 62 **Lil Miquela/ Miquela Sousa**
Ist sie unsere Zukunft? Musik, Modeln & Co.

Luxusuhren

- 68 **Rolex Luxusuhren Guide**
Preise, Fakten, Wartezeiten, Submariner, Daydate, Daytona & Co.
- 72 **Breitling Luxusuhren Guide**
Preise, Fakten, Wartezeiten, Chronomat, Navitimer, Superocean & Co.



Interview mit Louisa Mazzurana

Fashion, Tipps für's Modeln & ihre Hündin Cassie



TOM FORD

TOM FORD

TOM FORD

Tom Ford

Sortiment, Karriere & Privatleben des Designers

Luxus, Eleganz und Qualität: Das verkörpert Designermarke Tom Ford. Durch seine Zielstrebigkeit gelang es ihm, sich weltweit einen Namen zu machen. Heute lebt der Designer verheiratet mit seinem Ehepartner Richard Buckley und Sohn Alexander John Buckley Ford in New York. Wie entstand das Fashionlabel Tom Fort, wie lebt der Designer jetzt und welche Produkte befinden sich im Sortiment der Luxusmarke? Das alles und noch viel mehr erfährst du hier!

Vom Kreativdirektor bei Gucci zum Modedesigner

Modedesigner Tom Fort prägt eine spannende Erfolgsgeschichte. Als ehemaliger Kunststudent bahnte sich der heutige Erfolgsmann seinen Weg zum Designer für Gucci und YSL, bis er 2005 seine eigene Marke gründete. Wir stellen dir Fords inspirierenden Werdegang zum bekannten Fashiondesigner und Regisseur vor.

Ausbildung & Praktikum bei Chloé

Tom Ford wurde im Jahr 1961 in Austin, Texas geboren. Im Laufe seiner Jugend probierte Ford viele Studiengänge aus, darunter Kunstgeschichte und Kunst, welche ihn jedoch nicht glücklich machten. Schon in jungen Jahren interessierte sich der 59-jährige für Mode. Somit bewarb sich Ford in seinen frühen 20ern bei bekannten Designern für ein Praktikum, wo er letztendlich einen heißbe-

gehrten Praktikumsplätze bei Fashionlabel Chloé ergatterte. Während dieser Zeit zog er nach Los Angeles, wo er neben vielen Praktika auch Modeljobs annahm, größtenteils für Werbespots im Fernsehen.

Da Tom Ford jedoch unbedingt ein abgeschlossenes Studium vorweisen wollte, entschied er sich nach seiner Zeit in LA für ein Architekturstudium an der Parsons School of Design in New York. Er absolvierte ein Auslandsjahr an der französischen Partnerhochschule in den Jahren 1984 und 1985. Da Fort seine Leidenschaft für Mode entdeckt hatte, belegte er all seine Wahlfächer im Bereich Modedesign. 1986 schloss er sein Studium mit einem Bachelor in Architektur und Innenarchitektur ab.

Nach Chloé: Marc Jacobs, Gucci & YSL

Für Tom Ford war Designer Calvin Klein schon immer ein großes Vorbild. Nach seinem Praktikum bei Chloé war sich Fort sicher: Er wollte ebenfalls in die Modebranche einsteigen, um Designer zu werden. Nach seinem Parsons-

Studium bewarb er sich mehrmals bei Calvin Klein, wurde jedoch nicht eingestellt. Glück hatte er bei der koreanischen Designerin Cathy Hardwick, wo er in New York bei ihr als Design-Assistent arbeitete. Einen zweiten Erfolg landete Ford im Jahr 1988 bei Marc Jacobs, welcher ihn als Designer für die Jeanslinie Perry Ellis einstellte.

Doch wie kam Tom Ford an seinen Job als Kreativdirektor bei Luxusmarke Gucci? Ford wurde 12 Jahre nach seiner Arbeit bei Marc Jacobs, von ehemaliger Bergdorf-Goodman-Chefeinkäuferin Dawn Mello angeworben, um für Gucci als Designer in Mailand zu arbeiten. Der junge Designer nahm das Jobangebot an und zog nach Mailand.

Da Ford seinen Job als Designer bei Fashionlabel Gucci sehr gut machte, wurde er 1992 zum Designdirektor ernannt. Zwei Jahre später wurde er zum Kreativdirektor ernannt. Im Jahr 2000 schlossen sich Gucci und Modemarke Yves Saint Laurent zusammen. Ford übernahm bei YSL in Paris zusätzlich zu seinem Posten bei Gucci, die Rolle des Damen-Prêt-à-porter-Designers.

Familie & Ehepartner

Der mittlerweile 59-jährige Designer, lebt seit 1987 mit Richard Buckley zusammen. Buckley, ehemaliger Chefredakteur der Vogue Hommes International, lernte Ford bei einer Modenschau 1986 kennen. Damals lebte Richard Buckley in Paris, zog jedoch zu Ford nach Italien, da er an Krebs erkrankte. Der Chefredakteur gab seinen Job bei der Vogue auf, da das Pendeln für ihn zu anstrengend mit seiner Krankheit wurde.

Tom und Richard wurden 2012 das erste Mal Eltern. Zusammen brachten sie ihren Sohn Alexander John Buckley Ford in Los Angeles auf die Welt. Zwei Jahre später entschied sich das Paar zu heiraten. Nun lebt der Modedesigner mit seiner Familie abwechselnd in Los Angeles, London und New York.

Qualität & Eleganz

Im April 2005 gab Ford die Gründung der Marke Tom Ford bekannt. Domenico De Sole, welcher ehemaliger Präsident und CEO der Gucci Group war, schloss sich Ford an. Im selben Jahr kündigte der Designer an, mit der Markolin Group zusammenzuarbeiten, um Brillenfassungen und Sonnenbrillen herzustellen und zu verkaufen. Ebenfalls schloss er eine Allianz mit Estée Lauder, um gemeinsam die Beauty-Marke Tom Ford zu kreieren. 2007 wurde sein erster Flagship-Store in der 845 Madison Avenue in New York eröffnet. Die Eröffnungsfeier fiel mit dem Debüt der Herren- und Accessoires-Kollektion von Tom Ford zusammen. Die lang ersehnte Ausstellung der Damenbekleidungskollektion fand im September 2010 statt. Seitdem genießt die Marke Tom Ford einen guten Ruf: Qualität und Eleganz vereinen sich zu einem luxuriösen Fashionlabel. Mit seinen Vorerfahrungen bei Gucci, YSL und Marc Jacobs besaß der Designer die perfekten Voraussetzungen, seine eigene Marke zu gründen.

Vom Modedesigner zum Filmregisseur

Im Jahr 2009 kreierte der Designer den Film „A Single Man“. Viele fragten sich daraufhin, warum Ford plötzlich zum Regisseur wurde, statt sich nur auf das Modebusiness zu konzentrieren. Was viele jedoch nicht wussten war, dass Tom Ford sich selbst als Designer sieht, dessen wahre künstlerische Seite vom Filmemachen lebt. Den Zweifel an seiner Filmkarriere legten sich endgültig, als bekannt wurde, dass der Designer für sein Regiedebüt für die bekannten Schauspieler Colin Firth und Julianne Moore gab. Sieben Jahre später, brachte Ford mit „Nocturnal Animals“ seinen lang ersehnten zweiten Film heraus. Mit Jake Gyllenhaal und Amy Adams als Hauptdarsteller, schuf der Designer sich erneut einen hoch gelobten Film, welcher ihm sogar eine Golden-Globe-Nominierung für seine Regie einbrachte.

Sortiment, Preise & Zielgruppen

Designer Tom Ford deckt fast alle Bereiche mit seiner Modemarke ab. Von Taschen, über Mode für Damen und Herren, Brillen und Düfte bis hin zu Beauty-Artikeln: Bei Tom Ford findest du alles! Für jede Jahreszeit designt Ford eine neue Kollektion, welche Jacken, Hosen, Oberteile und viele weitere Kleidungsstücke beinhalten. Die Marke zählt neben Gucci & Co zu den hochpreisigen Modefirmen. Da viele Kleidungsstücke exklusiv sind, müssen sie angefragt werden. Die Preise können mit anderen Firmen wie Chanel oder Prada verglichen werden. Es gibt keine bestimmte Zielgruppe des Fashionlabels, das Spektrum der Käufer reicht von jung bis alt.

Auszeichnungen

- 2010: Nominierung für den Award Menswear Designer of the Year (CFDA)
- 2009: GQ USA Men of the Year und GQ Deutschland Men of the Year
- 2007: Vito Russo Award (GLAAD)
- 2006: US Accessory Council Award für seine Sonnenbrillenkollektion
- 2005: Andre Leon Talley Lifetime Achievement Award des Savannah College of Art and Design
- 2004: Rodeo Drive Walk of Style Award; International Best Dressed List Hall of Fame
- 2003: Fashion Design Achievement Award (National Design Award)
- 2001: US Accessory Council Award für seine Sonnenbrillenkollektion; Bester Fashion Designer (Time Magazine); GQ Designer des Jahres
- 2000: Fashion Editor's Club of Japan; British GQ International Man of the Year; Superstar Award der Fashion Group International's Night of Stars USA
- 1999: Style Icon Award des ELLE UK Style Awards
- 1997: People Magazin's 50 Most Beautiful People
- 1995, 1996, 1999, 2002: VH-1/Vogue Fashion Award



TIFFANY & Co.

TIFFANY & Co.

Tiffany & Co.- Wer kennt das Label nicht? Eine der bekanntesten und beliebtesten Schmuckmarken der Welt ist in Begriff den Körper jeder Frau auf der Welt zu schmücken. Tiffanys Geschichte ist ein wahrgewordener Traum. Durch den berühmten Verlobungsring und die markante blau-türkisene Farbe ist das Label einzigartig. Filme wie Breakfast at Tiffanys gaben der Marke letztendlich den Ruhm, den sie verdient hat. Neben Ringen, Armbändern und Ketten beinhaltet das Tiffany Sortiment Perfums und Home Accessoires.

Erster Store in Manhattan

Die Geschichte der Erfolgsmarke Tiffany und Co. startet am 18. September 1837, als der Amerikaner Charles Lewis Tiffany, der Sohn eines Baumwollfabrikanten mit seinem Schulfreund John Burnet eine Geschäft für Schreib- und Galanteriewaren in Manhattan eröffnet. Kaum vorstellbar, aber der Tiffany Store macht am Eröffnungstag gerade mal einen Umsatz von 4,98 Dollar. Jedoch legten die Freunde an diesem Tag den Grundstein für einen beispielhaften Aufstieg an die Spitze der Schmuckmarken. Als erste Marke bringt Tiffany und Co. den Amerikaner Luxusgüter näher. Im sogenannten Blauen Buch veröffentlicht die Marke seither bis heute die seltensten Juwelen. Seit 1974 revolutioniert die talentierte Designerin Elsa Peretti das Schmuckdesign und verleiht diesem eine moderne Sensibilität. Sie entwickelt eine Schmucklinie, die alltags tauglich ist und an jedem Tag, in jeder Situation getragen werden kann. „Stil bedeutet einfach zu sein.“, Elsa Peretti (Quelle: Tiffany und Co.)

Tiffany Store an der Fifth Avenue ist beliebtestes Shopping Ziel

Mit den Jahren wird der Tiffany Store auf der Fifth Avenue zu dem beliebtesten Shopping Ziel wenn es um Schmuck wie Ketten, Ohrringe und besonders Ringe geht. Der Verlobungsring der Marke hat bis heute seine Magie nicht verloren und ist noch immer Symbol für die schönsten Liebesgeschichten der Welt. Heute kann das Unternehmen stolz auf ein Filialnetzwerk von 315 eigenen Geschäften blicken.

Tiffany Diamant: Gelber Edelstein

Diamonds are a girl's best friend. Dieser Meinung war schon Marilyn Monroe als sie in einem Lied über den beliebten Schmuck der Marke sang. Diesem Kredo folgt Tiffany & Co. seit der Gründung. 1878 erkaufte Charles Le-

wie Tiffany einen 287.42 carat gelben Diamant, einer der schönsten Edelsteine weltweit. Der sogenannte „Tiffany Diamond“ wird dauerhaft im Fifth Avenue Flagship ausgestellt und beeindruckt täglich über 300 Besucher.

Audrey Hepburn in Breakfast at Tiffany's

Breakfast at Tiffany's ist eines der elegantesten Filme, die je veröffentlicht wurden. Audrey Hepburn trägt als Holly Golightly den Tiffany Schmuck in Kombination mit einer Givenchy Robe und besucht in ihrer Rolle mehrfach einen Tiffany Store. Der Film, welcher auf der Novelle von Truman Capote beruht, hat das Label und besonders das Geschäft in der 5th Avenue in New York zu einer wahrhaften Sehenswürdigkeit gemacht. Die Verfilmung aus dem Jahr 1961 macht die Marke unsterblich. Es ist außerdem die erste Produktion, die je im Tiffany Flagship in New York City filmen durfte. Einen weiteren Filmauftritt hatte der Schmuck im Film „Sex and the City“. Natürlich, wie sollte es auch anders sein, im Kontext einer Verlobung bzw. Hochzeit.



Sortiment: Ringe, Ketten, Ohrringe & Co.

Es gibt keine Frau, die nicht schon einmal in ihrem Leben davon geträumt hat die signifikante blaue Box mit einem Diamantring oder einer Kette von Tiffany's geschenkt zu bekommen. Die berühmte blaue Box hat längst Kultstatus erreicht. Und spätestens seit dem Film *Breakfast at Tiffany's* mit Audrey Hepburn in der Hauptrolle, will jede Frau sich mit dem Schmuck einkleiden. Das Sortiment des Herstellers hat sich mit den Jahren ausgeweitet und den Bedürfnissen der Kundinnen angepasst. Neben einem klassischen Schmucksortiment, das Ringe, Ketten, Ohrringe, Armbänder sowie Anhänger enthält, kann die Kundin mittlerweile auch Parfüm und Home Accessoires erwerben. Am beliebtesten ist jedoch nach wie vor der Verlobungsring „Tiffany Setting“.

Ringe: Silber, Gold und Gelb

Tiffany's ist mit Verlobungsringen in die Geschichte eingegangen. Der günstigste Ring startet bei 1500 Dollar, während ein extravaganteres Exemplar schnell über 100.000 Dollar kosten kann. Die Kosten eines Tiffany Rings hängen von seiner Größe, Qualität des Diamanten und der Komplexität ab.

Verlobungsring: Tiffany Setting

Tiffany & Co. ist der Ort an dem die Frau ihren Mann einen Ring kaufen sehen will. 1886 stellt Gründer Charles Tiffany den „Tiffany Setting“, einen Verlobungsring vor. Absolut fehlerfrei, ausgestattet mit einem Diamanten im Zentrum, der das Licht reflektiert. Das besondere an dem Ring: die neue erfundene Solitärfassung, durch die der Diamant besonders viel Licht bekommt und so hervorgehoben wird. Die klassische Variante des Tiffany Verlobungsringes hat einer Fassung mit 6 Kappen. Besitzt die



Fassung nur 4 Kappen, spricht man von einer klassisch-modernen Version. Seit über 130 Jahren ist der Tiffany Setting das Sinnbild für die perfekte Liebesgeschichte. Der Erfolg des Ringes macht sich in seinem Umsatz sichtbar. In Japan macht der Umsatz des Verlobungsringes 41% des Gesamtumsatzes von Tiffany aus. In Europa sind es 25%.

Believe in Love Kampagne

Tiffany & Co brachte die Believe in Love Kampagne raus, in welcher verschiedene Paare die Chance hatten über ihre Beziehung zu reden. Das Ziel: die Liebe fördern! Das Unternehmen feiert die ewige Macht der Liebe und genau das brachten sie mit dieser Kampagne in den Fokus. Tiffany möchte nicht nur für den Verlobungsring sorgen, Tiffany möchte Teil der kompletten Liebesgeschichte sein.

Ketten & Armbänder – Tiffany's hat Etwas für Jeden

Das Schmuck Label zählt wohl zu den luxuriösesten und teuersten, mit den exquisitesten Standorten und Preisen. Trotzdem gibt es im Sortiment auch eine Auswahl an Ketten, Ohrringen und Armbändern, die für einen Normalverdiener zu bezahlen sind. Der Grund dafür ist, dass Tiffany's ein Label sein möchte, welches Menschen lieben und ehren. Doch nicht jedes junge Mädchen soll davon träumen müssen, eines Tages einen teuren Ehering von der Marke zu bekommen, sondern am besten schon davor beginnen die Liebe für Schmuck zu entwickeln. Das Label hat es als eines der wenigen Luxus Marken geschafft, seinen exquisiten Ruf zu behalten, obwohl sie auch ein paar günstigere Sachen in ihr Sortiment aufgenommen haben.

Ohrringe: Diamanten & Perlen

Von klassischen Formen bis hin zu kreativen Ausführungen – die makellos gearbeitete Ohrring-Kollektion lädt dazu ein, eigenen Regeln aufzustellen.

Atemberaubende Broschen, raffinierte Designs & exklusiver Herrenschmuck

Die Blue Book Collection von Tiffany & Co. umfasst 11 Broschen, Uhren, Reversnadeln und Siegelringe. Die exklusiven Schmuckstücke und ihre Designs sind hier von der natürlichen Schönheit der Natur inspiriert. Die Highlights der Kollektion sind eine Libelle mit geschliffenen Diamantflügeln und ein juwelenbesetzter Schmetterling, der mit den anderen Schmuckstücken um die Wette funkelt.

Kollaboration mit Paloma Picasso: Die Armreifen von Paloma's Melody

Paloma Picassos Kreationen werden regelmäßig für ihre verspielte und kreative Designs gelobt. So bringt sie auch in der neusten Kollektion Paloma's Melody ihre Lebensfreude und Leidenschaft für das Designen von Schmuck zu Ausdruck. Die fünf verschlungenen Ringe, stehen hier für die fünf persönlichen Empfindungen des Lebens: Träume, Schönheit, Kreativität, Dankbarkeit und Leidenschaft.

Tiffany T Eyewear: Sonnenbrillen

Mit Tiffany ist man auch im Sommer perfekt ausgestattet. Die neue Sonnenbrillen Kollektion der Schmuckmarke ist ein wahres Statement und unterstreicht die Stärke und Individualität von Frauen.

Parfum für Damen & Herren

Seit neustem kann man von Tiffany's auch Parfums erwerben. Das neuste ist ein echter Must-Have, denn er ist für Damen und Herren erhältlich. Unzählige Reviews des Parfums durchlaufen das Internet und die Leute können nicht genug bekommen von den Parfums der Schmuck Marke. Dass es den neusten Duft jetzt für Männer und für Frauen gibt, macht das ganze noch viel besser. Der Duft Tiffany & Love erschien im Jahr 2019 und ist in 2 verschiedenen

Größen erhältlich. Das edle Flakon, natürlich in der Farbe Tiffany Blau, ist ein echter Hingucker. Der Herrenduft ist würzig-holzig und der Damenduft ist zitrisch-fruchtig.

Home & Accessories: Dekoration & Geschenke

Neben Schmuck wie Armbänder, Ringe und Ohrringe erweiterte das Label sein Sortiment 2017 um Luxus Home-artikel und Accessoires. Die Kollektion macht normale Objekte und Gegenstände zu außergewöhnlichen Elementen und wird von den Konsumenten gut angenommen. Charakteristisch für die Dekoration ist, ähnlich wie im restlichen Sortiment der Luxusmarke das besondere, patentierte, blaue Design.

Tiffany Blue Box

Die Berühmte Blue Box. Sie veränderte die Welt. Heute gilt die Box als internationales Symbol für Stil, Raffinesse und unvergleichliches Design. Das besondere an der Box: Ihre Farbe. Gründer Charles Lewis Tiffany wählte den unvergessliche Blauton aus und ließ ihn patentieren. Das Tiffany Blue ist seitdem geschützt und einmalig. Im 19. Jahrhundert war der türkise Edelstein in der Schmuckherstellung sehr beliebt, darum entschied man sich das Vergissmeinnicht Blau als Markenzeichen des Labels zu nehmen. Seit der Einführung des Verlobungsringes Tiffany Setting 1886 ist die Box genauso beliebt wie der Ring selbst. Die Kunden stürmten in die Läden nur um eine Box zu ergattern, doch Charles Tiffany weigerte sich die Boxen zu verkaufen. Ein paar Jahre später wurde die Box offiziell zum Markenzeichen des Labels ernannt und standardisiert. Damit ist sichergestellt, dass die Farbe auf der ganzen Welt immer gleich ist egal auf welchen Medium. Die Farbe trägt übrigens den Namen „1837 Blue“. 1837 steht für das Gründungsjahr von Tiffany und Co.

Die türkisene Box ist nachhaltig und ökologisch hergestellt

Die blaue Box steht weltweit für Luxus und Exklusivität. Eine weitere Besonderheit der Box besteht aber in ihrer Herstellung. Die ikonische Box wird komplett ökologisch gefertigt. Das bedeutet die Boxen wie auch Papiertaschen werden aus nachhaltigen Quellen und recycelten Materialien hergestellt. Das Unternehmen fördert damit die Verwendung von Papier und Holzfasermaterialien aus nachhaltiger Herkunft.

„Bei Tiffany glauben wir daran, dass Nachhaltigkeit unser Geschäft stärker macht und die Grundlage all unserer Tätigkeiten darstellt.“
(Quelle: Tiffany.de)

Crazy About Tiffany's: Official Documentary

Bei einer Marke wie Tiffany & Co. ist es nicht verwunderlich, dass früher oder später eine Dokumentation über die Leinwände der Welt flackert. Die Doku „Crazy about Tiffany's“ zeigt die Anfänge und Schwierigkeiten der Marke und wie sie zu dem wurde, was sie heute ist. Bekannte Persönlichkeiten sprechen über die fantastische Geschichte der Schmuckmarke.





Tiffany Blue Box Cafe: London, New York & Co.

Wer die gesamte Tiffany Erfahrung erleben will, der geht in das Tiffany Blue Box Cafe at Harrods in London. Das luxuriöse Cafe ist schon innen (wie sollte es auch anders sein) in Blau weiß dekoriert und mit den schönsten Tiffany Home Accessoires ausgestattet.

Nachhaltigkeitsversprechen

Neben nachhaltigen Verpackungen setzt das Schmucklabel Tiffany & Co. auch in anderen Bereichen auf Nachhaltigkeit und umweltschützende Maßnahmen. Ganz oben in der Firmenphilosophie steht der Schutz der Menschenrechte. Die Diamanten von Tiffany werden mit Sorgfalt und Bedacht beschafft und somit die Umweltauswirkungen des Bergbaus minimiert. Auf der Website des Unternehmens heißt es:

„Wir wahren unsere hohen Standards auch durch führende Ansätze der Rückverfolgbarkeit von Diamanten.“

Der Großteil der Rohdiamanten wird aus fünf Ländern beschafft: Botswana, Kanada, Namibia, Russland und Süd-

afrika. 2019 konnte Tiffanys 00% der Rohdiamanten auf bekannte Mienen und die Lieferanten zurückverfolgen. Die verantwortungsvollen Beschaffungsmethoden tragen dazu bei den Schutz der Menschenrechte, gerechte Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und ethische Geschäftspraktiken zu fördern.

Tiffany produziert Trophäen für NBA, NFL & Co.

Seit 1967 stellt das Unternehmen die NFL Vince Lombardi Super Bowl Trophäe her. Die sieben Kilo schwere Trophäe ist der Siegerpokal des jährlich ausgetragenen Finales der nordamerikanischen Profi-Football Liga. Die Vince Lombardi Trophy wird jedes Jahr neu angefertigt, da sie kein Wanderpokal ist. Für die Spieler hat der Pokal einen großen ideellen Wert. Nicht zu verachten ist jedoch auch ihr materieller Wert. Das Objekt wird aus Sterlingsilber hergestellt und würde um die 25.000 Dollar kosten. 1978 kreiert Tiffany neben der Football Trophäe auch die NBA Championship Trophäe. Der Basketballpokal ist zwei Feet hoch und wiegt ungefähr 15 Kilo. Seit 2000 stellt Tiffany & Co. auch den Pokal für die World Series und den für den NASCAR Sprint Cup her. Vieler Sportarten und Wettbewerbe werden auf das Unternehmen aufmerksam und lassen ihre Trophäen von Schmuckhersteller kreieren. Zu ihnen gehören Golf, Tennis, Basketball, Football und Baseball.





Jeremy Meeks

Bad Boy mit blauen Augen
wird Supermodel

© Publika Media

Das Model mit den eisblauen Augen und dem Bad Boy Image. Jeremy Meeks hat in seinem Leben viele falsche Entscheidungen getroffen. Doch ins Modelbuisness einzu-steigen war sicherlich keine davon. Der einstige Häftling lässt seine kriminelle Vergan-genheit 2014 hinter sich und unterschreibt einen Modelvertrag. Der Bad Boy, dessen Mug Shot um die Welt ging kann aber auch anders. Als liebevoller Vater bewegt er sich mittlerweile in Hollywoodkreisen, kann Promis zu seinen engsten Freunden zählen und führte die ein oder andere öffentliche Beziehung.

Schönste Häftling der Welt

Millionen junge Frauen und Männer träumen von eine Kar-riere in der Modelbranche und opfern dafür einiges. Über zehn Jahre Gefängniserfahrung, ein tätowiertes Gesicht und eine Drogenvergangenheit gehören jedoch sicherlich nicht in das Portfolio eines Models. Die Set Card von Jere-mey Meeks sieht auch aus wie die eines Supermodels. Der Amerikaner wurde 2014 rein zufällig zur Internetberühmt-heit und ergatterte noch während er eine Haftstrafe absaß einen Modelvertrag. Wie das möglich ist? Meeks Karriere beginnt mit einen harmlosen Polizeifoto, welches ein Poli-zist nach der Verhaftung des damals 30 Jährigen auf Face-book postete. Das Foto ging viral und schnell forderte tau-sende Menschen weltweit Jeremy Meeks Entlassung. Gebt dem Schönling einen Modelvertrag heißt es.

Kriminelle Vergangenheit: Geprägt von Drogen, Waffen und Bandenkriegen

Doch seine stechenden, blauen Augen und der kühle Blick können nicht über eine schreckliche Vergangenheit, getrübt von Drogen und Gewalt hinwegtäuschen. Meeks Kindheit ist gezeichnet von Kriminalität und Bandenkrie-gen. Noch während seine Mutter mit ihm schwanger war nimmt sie Heroin und sitzt mehrere Strafen im Gefängnis

ab. Als sich seine Mutter nicht mehr um ihn kümmern kann, zieht er zu seiner Schwester Leanna. Doch auch sie kann dem Jungen keine behütete Kindheit schenken. Die falschen Freunde und ein gestörtes Familienumfeld leiten den damals 15 Jährigen früh in die Bandenkriminalität. Während seines Leben soll Meeks angeblich bereits fünf Mal angeschossen worden sein.

Zweite Chance: Karriere, Promifreunde

Im Jahr 2014 saß Jeremy Meeks eine 27 monatige Haft-straft wegen illegalem Waffenbesitz ab, als ein Polizist sein Foto auf Facebook veröffentlichte. Danach ging alles ganz schnell. Tausende Fans wandten sich an den Bad Boy und lobten ihn in den Modelhimmel. Aufgrund dieser überra-schenden Reaktionen gab ein Richter Meeks eine zweite Chance und verkürzte sein Haftstrafe. Noch während er seine letzten Monate im kalifornischen Gefängnis absaß unterschrieb Meeks einen Modelvertrag mit der angesag-ten Agentur White Cross Management. Ab jetzt sollte alles anders werden. Der Junge, dem nie Beachtung geschenkt wurde, von der Familie ignoriert, sollte eine beispielhafte Karriere erwarten.

Markenzeichen Bad Boy

Die kriminelle Bandenkarriere Meeks zwar hinter sich aber das Image des Bad Boys verfolgt ihn auf ewig. Ein Lächeln des heute 36-jährigen lässt sich nur schwer einfangen und auch sein gesamtes Erscheinungsbild lassen den ein oder anderen aufhorchen. Dennoch ist er eines der bestgebuchten Male Models des Jahrhunderts. Der nette Junge von Nebenan wird vergebens bei Jeremy Meeks gesucht. Aber das ist es auch nicht, was die Labels von heute suchen. Ständig auf der Suche nach neuen, interessanten Menschen revolutioniert Meeks die Welt der Schönen und Reichen. Mit seinem Aussehen und seiner kriminellen Vergangenheit stößt er Türen ein und zeigt wie es auch unkonventionell geht. Doch wie viel Bad Boy steckt noch immer in dem Ex-Knacki? und hat er wirklich seine ganze kriminelle Energie abgelegt?

Nach zwei gescheiterten Beziehungen endlich die große Liebe?

Auch wenn Meeks in seinem Leben oft die falschen Entscheidungen traf und er sicherlich keine Bilderbuchkindheit vorweisen kann, beweist er als liebevoller Vater zweier Kinder, dass es auch anders geht. Zehn Jahre waren er und Melissa Meeks und Paar bis sie sich 2018 von dem Newcomer Model scheiden ließ. Das Paar hat einen elf-jährigen Sohn, namens Jeremy Junior, den Meeks stolz auf seinen Social Media Kanälen präsentiert. Kurz darauf wurde eine Liaison zwischen Topshop Erbin Cloe Green, Tochter von Philip Green und dem Model bekannt. Auch wenn die Beziehung nur ein Jahr hielt, brachte sie 2018 einen weiteren Sohn, Jaydon Meeks Green hervor.

NYC Fashion Week

Nachdem Meeks 2014 einen Modelvertrag unterschrieb, konnte er sich vor Aufträgen kaum retten. Jeder wollte mit dem besonderen Mann zusammenarbeiten. Nach einigen Kampagnen und Shootings feierte er schließlich 2017 sein Laufstegdebut auf der New York City Fashion Week. Dort lief er unter anderem für Philipp Plein und Tommy Hilfiger. Außerdem schaffte es der Bad Boy bereits auf die Cover diverser Modemagazine wie das Preme Magazine. Mit seinen rund 1,6 Followern auf Instagram teilt er seine Geschichte, verarbeitet seine Vergangenheit und präsentiert sich als stolzer Vater. Zudem setzt er sich aktiv für die Black Lives Matter Bewegung ein. Nun versucht der sich der ehemalige Knacki auch in Hollywood. In einem neuen Thriller versucht er sich als Schauspieler. Viel ist zwar noch nicht zu seiner zukünftigen Rolle bekannt, jedoch würde ihn die Rolle als Schurke bestimmt gut stehen.

Louisa Mazzurana

Fashion, Tipps für's Modeln & ihre Hündin Cassie



Fotos
Shino Photography
Model
Louisa Mazzurana
Agentur
MF-Mgmt

Louisa war vor einigen Jahren Kandidatin bei Germany's Next Topmodel. Sie hat es sogar bis in die Top 5 geschafft! Somit ist sie schon einige Jahre im Modelbusiness unterwegs und konnte dahingehend einige Erfahrungen in der Modelwelt sammeln. Heute ist sie auf Instagram aktiv und zeigt ihren Followern Einblicke aus ihrem Leben. Ob beim Essen, bei ihr Zuhause oder in Hamburg am Jungfernstieg: Louisa teilt ihre superschicken Outfits mit ihren Followern. Wer aber auch nicht fehlen darf: ihre Hündin Cassie. In unserem Interview mit Louisa erzählt sie uns einiges über das Modeln, Mode und natürlich auch über ihre kleine Hündin.

GNTM, Fashion & Tipps für's Modeln

FIV: Louisa, viele kennen dich aus dem Fernsehen als Model. Auf Instagram nimmst du deine Follower gerne mit. Da beweilst du regelmäßig in deinen Storys oder auf deinen Fotos: Mode ist dein Ding. Denn als Model weißt du, wie man ein schönes Outfit kreiert. Da hast du auch schon die ein oder andere Kooperation machen dürfen. Wer auf deinen Bildern aber auch nicht fehlen darf: deine kleine Hündin. Die sieht auf deinen Fotos echt süß aus. Hat sie sich da denn auch schon die ein oder anderen Modeltipps bei dir abgucken können? Wie alt ist sie?

Louisa: Danke für die lieben Worte, Cassie ist wirklich ein Engel und so unkompliziert. Tatsächlich habe ich schon öfter die Frage bekommen, ob ich sie nicht mit zum Set bringen könnte für ein paar Aufnahmen. Da sie mit ihren 14 Jahren schon eine alte Lady ist, achte ich aber immer darauf, dass es nicht zu stressig für sie wird. Sie ist sozusagen etwas zu alt für die große Modelkarriere, auch wenn sie noch aussieht wie ein Baby.

Modeln & Tipps für künftige BewerberInnen

FIV: Du hast vor ein paar Jahren bei Germany's Next Topmodel teilgenommen und hast es ganz weit geschafft - in

die Top 5. An welchen Moment bei der Sendung erinnerst du dich immer wieder gerne?

Louisa: Ich habe unzählige Momente in meinem Kopf, die ich niemals vergessen werde. Die Zeit war eine unglaublich spannende Reise, ich möchte keinen einzigen Augenblick missen wollen. Jeder Ort, jede Begegnung, jedes Shooting und Make-up war etwas Besonderes. Nicht zu vergessen die Zeit mit den tollen Mädels, die ich für immer in mein Herz geschlossen habe. Natürlich gibt es ein paar Ereignisse, die besonders schön waren wie das Zirkus-Shooting von Kristian Schuller mit den Elefanten, ein Abendessen zusammen mit Eva Longoria und Heidi Klum, mein Runway Job in Los Angeles oder auch das Treffen auf Modelikone Cindy Crawford.

FIV: Bis zur nächsten Staffel ist es auch nicht mehr allzu lang. Und bestimmt haben dieses mal auch wieder sehr viele Mädchen den Traum vom Modeln. Was sind deine Top 3 Tipps für künftige GNTM-BewerberInnen? Und welche Tipps kannst du denen mit auf den Weg geben, die vielleicht laut einigen Vorgaben etwas zu klein etc. sind?

Louisa: Tipp 1: Sei du selbst! Letztendlich überzeugt man durch etwas Einzigartiges, optisch wie auch charakterlich. Du wirst niemals im Gedächtnis bleiben, wenn du wie jemand anderes sein willst. Auf meiner Hand habe ich das Wort „Muse“ tätowiert. Für mich ist jeder Mensch in irgendeiner Art und Weise eine Muse und inspiriert andere Menschen. Finde heraus, welche Besonderheit die Muse

in dir ist und zeige sie der Welt!

Tipp 2: Hab Spaß! Ob als Background-Tänzerin, Model oder Visagistin, für mich stand neben Professionalität immer der Spaß an erster Stelle. Ich habe jeden Job aus Leidenschaft gemacht, ich habe den Moment gefühlt und genossen. Für mich war GNTM eine Reise, die ich inhaliert habe ohne nachzudenken. Wenn du etwas liebst, bist du gut darin, daran glaube ich ganz fest!

Tipp 3: Gib nicht auf! Egal wie schwer es manchmal ist, wenn du etwas wirklich möchtest, mach' weiter. Wenn es dann nicht funktioniert hat, orientiere dich um, ohne deinen Traum komplett aufzugeben. Eine gesunde Mischung aus Ehrgeiz, träumen und Realismus war mir immer wichtig. Gerade wenn du nicht „perfekt“ bist, musst du immer etwas mehr kämpfen als andere. Das ist vielleicht härter, macht dich aber auch reifer und stärker

Mein Tipp für alle, die ihren Traum leben möchten, aber nicht die „ultimativen“ Maße haben: Versucht es einfach und seid selbstsicher! Was habt ihr schon zu verlieren!? Natürlich kann man scheitern...doch selbst dann nimmt man unglaublich viel an Erfahrungen und Erkenntnissen für die Zukunft mit. Ihr könnt nur gewinnen!

Verwandlung des Modelbusiness

FIV: Du hast vor circa zehn Jahren mit dem Modeln angefangen. Hat sich das Modelbusiness im Laufe der Zeit aus deiner Sicht verändert? Falls ja, wie findest du diese Veränderung?

Louisa: Auf jeden Fall! Heute zählt Individualität und Charakter viel mehr als früher. Natürlich hat man damals auch schon mit besonderen Merkmalen punkten können, aber es gab immer dieses bestimmte Bild von Schönheit. Heute kannst du Ecken und Kanten haben und wirst dafür geschätzt, es macht dich interessant und nahbar. Ich finde diese Entwicklung toll, Schönheit hat schließlich so viele Fa-

cetten! Wenn die Branche damals schon so gewesen wäre wie heute, wäre meine Größe wahrscheinlich gar nicht so ein großes Problem gewesen und ich hätte noch viel mehr erreichen können.

FIV: In den Jahren hast du bestimmt viele Erfahrungen in der Branche sammeln können und einige interessante Leute kennengelernt. Wer ist aktuell dein Vorbild aus dem Modebusiness und wieso?

Louisa: Es gibt so viele Frauen, die mich inspirieren. Angefangen mit Ikonen wie Marilyn Monroe, Brigitte Bardot und Edie Sedgwick. Mein Lieblingsmodel in der heutigen Zeit ist definitiv Rosie Huntington-Whiteley. Sie ist schön, klassisch, hat Stil und das gewisse Etwas. Ich liebe ihre Arbeit als Model und auch ihre Marke Rose Inc. - Rosie ist eine echte Powerfrau. Ich stehe auf Powerfrauen! Generell liebe ich Frauen, die ihr Ding durchziehen und anders sind, also etwas Spezielles haben.

Louisas Style & Schmuck mit Bedeutung

FIV: Durch die sozialen Medien gibt es für Models ganz verschiedene Möglichkeiten. So gibt es ja einige ehemalige GNTM-Kandidatinnen, die nach der Staffel gerne ihre Fans auf Instagram auf dem Laufenden halten. Dabei gibt es dann auch oft Kooperationen, die zustande kommen. Ohringe, Uhren & Co.: Wer dir auf Instagram folgt sieht, dass du ab und zu auch mal Schmuck trägst oder sogar eine Kooperation in dem Bereich hast. Was sind deine liebsten Schmuckpieces und wieso?

Louisa: Meine Haupt-Bereiche auf Instagram sind Beauty und Fashion und Schmuck zählt da natürlich auch zu. Ich liebe zarten Schmuck, am häufigsten trage ich Ohringe und man sieht mich fast nie ohne mehrere Ringe aus dem Haus gehen. Ein paar Statement-Pieces wie einen breiten, goldenen Ring meiner Mutter habe ich aber auch. Wenn Schmuckstücke eine Geschichte erzählen, finde ich das besonders schön. Ich kaufe zum Beispiel immer einen zarten Ring auf Märkten in anderen Ländern, sie erinnern mich an die schöne Momente dort. Jedes Mal, wenn ich in einem anderen Land war, habe ich dort ein bestimmtes Gefühl gehabt was mich auf eine besondere Art und Weise glück-



Fotos
Shino Photography
Model
Louisa Mazzurana
Agentur
MF-Mgmt

lich gestimmt hat. Dieses Gefühl hole ich mir nach Hause, damit ich es niemals vergesse und dem Alltag für ein paar Augenblicke entfliehen kann, wann immer ich möchte.

FIV: Auf deinen Posts auf Instagram sieht man dich oft in schönen Outfits. Wie würdest du deinen Stil beschreiben? Hast du einige Stylingtipps? Was sollte deiner Meinung nach jeder Zuhause bei sich im Kleiderschrank haben?

Louisa: Wenn man mich nach meinem Stil fragt, sage ich immer: Sprunghaft. Ich liebe es Neues auszuprobieren, mir wird schnell langweilig. Mode sollte in erster Linie Spaß machen und einem selber gefallen, nicht anderen Menschen. Unsere Kleidung spiegelt unseren Charakter wieder. Ich habe das Gefühl mich ständig zu verändern und das sieht man auch in meiner Kleidung. Trotzdem halte ich an Werten fest und liebe die einfachen und kleinen Dinge im Leben. So ist mein Stil zwar sprunghaft, doch immer ein wenig klassisch und simpel. Ein paar gute Basics sollten in keinem Kleiderschrank fehlen, alles andere ist Typ-Frage. Mein momentanes Lieblings-Piece sind olivfarbene Gummistiefel. Ich trage sie am liebsten zum Kleid, Oversize-Pullover, zum Trench oder dicken Wintermantel.

„Planen ist schön, loslassen ist schöner!“

FIV: Wenn man so viele Erfahrungen sammelt und neue Dinge ausprobieren kann, vergeht die Zeit bestimmt oft wie im Flug. Wo siehst du dich in fünf Jahren?

Louisa: Ich habe keine Ahnung. Ich lebe immer im Hier und Jetzt und versuche jeden Tag zu genießen. Bei mir kommt immer alles anders als ich es gedacht habe. Die unerwarteten Augenblicke sind doch die, die uns wirklich glücklich machen und die wir niemals vergessen werden. Planen ist schön, loslassen ist schöner! Ich glaube aber fest daran, dass mich noch viele spannende Momente in meinem Leben erwarten und hoffe, dass ich weiterhin meinen Traum leben darf.

FIV: Danke Louisa für das Interview, FIV wünscht dir alles Gute für die Zukunft!





Fotos:
Shino Photography
Model:
Louisa Mazzonara
Agencia:
MI - Mimi



I AM MINE, BEFORE I AM

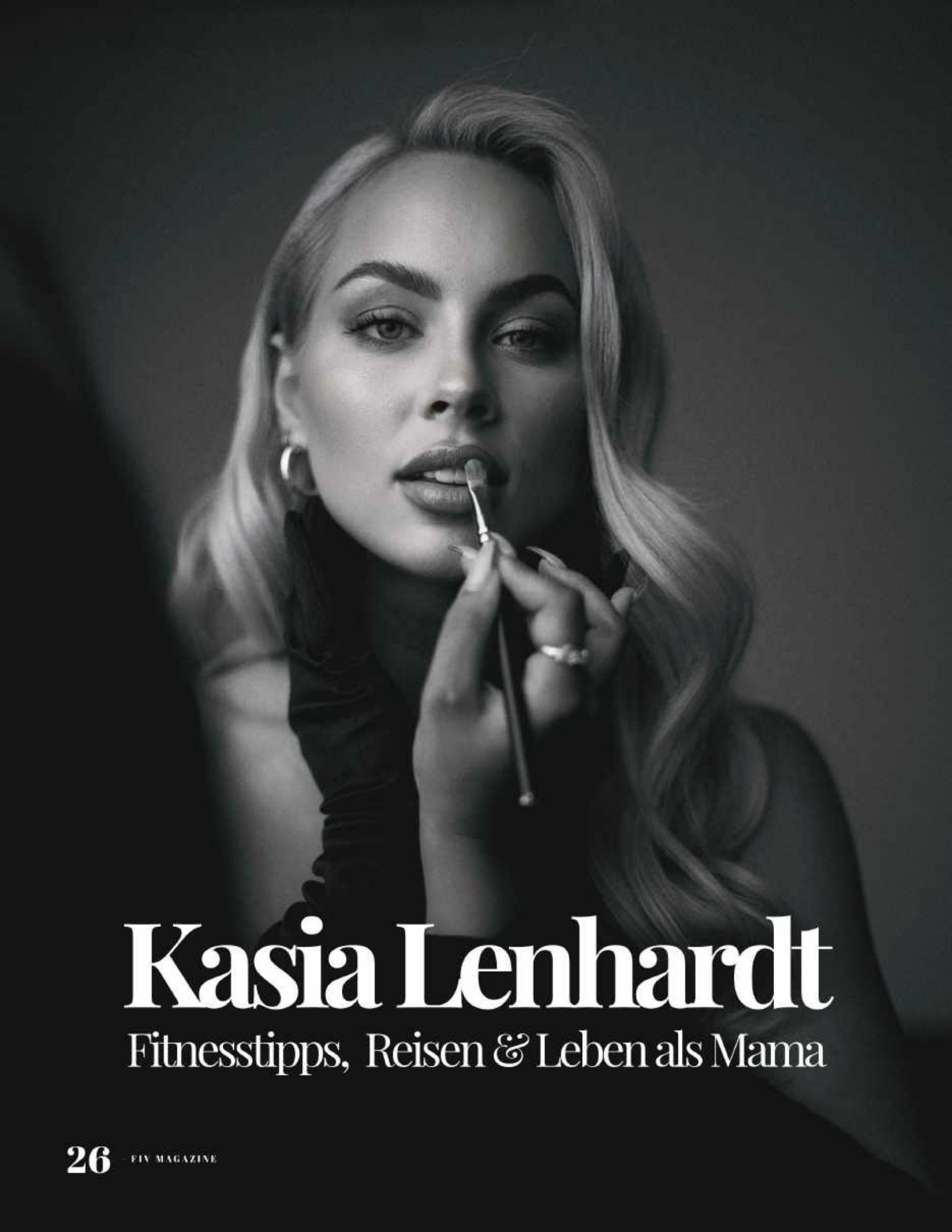
Je vous

- KASIA LEŚNIAK

A black and white photograph of a woman with blonde hair, laughing heartily. She is wearing a dark, possibly lace-trimmed, spaghetti-strap top. The background is dark and out of focus.

ME EVER ANYONE ELSE'S!

NHARDT -

A black and white portrait of Kasia Lenhardt. She has long, wavy blonde hair and is looking directly at the camera with a slight smile. She is holding a small, thin object, possibly a pen or a stylus, near her mouth. She is wearing a dark, high-necked top and a ring on her finger.

Kasia Lenhardt

Fitnessstipps, Reisen & Leben als Mama

Kasia Lenhardt hat schon mit sieben Jahren angefangen zu modeln und wurde mit ungefähr 20 Jahren schon junge Mutter. Ihren Job als Model hat sie jedoch nie vernachlässigt. Sie baute auf Instagram ihre eigene Community und ist für viele junge Menschen nun ein Vorbild geworden. Neben dem Modelbusiness, Sport und dem stressigen Uni-leben, führt sie auch den Haushalt, kocht und kümmert sich liebevoll um ihren Sohn Noan. Wir haben Kasia für euch interviewt und ihr Fragen über ihr durchgeplantes Leben gestellt.

Prägende Reisen & Backpacker Trip

FIV: Hey Kasia Ich freue mich, dass du die Zeit gefunden hast ein Interview mit mir zu führen. Wenn man sich deinen Instagram Feed anschaut scheinst du immer an wunderschönen Orten zu sein und vor allem bist du sehr sportlich unterwegs. Verrate uns doch mal was war deine bisher schönste Reise war, die du je gemacht hast?

Kasia: Das ist schwer zu sagen, da ich bereits sehr viele tolle Reisen gemacht habe. Aber die schönste und prägendste war, als ich alleine in Paris war. Alleine zu verreisen hat etwas sehr Mystisches.

FIV: Es gibt viele schöne Orte auf der Welt und vieles zu entdecken. Welches Reiseziel würdest du gerne noch bereisen?

Kasia: Da gibt es einige, jedoch interessiert mich vor allem Bali und einige Regionen rund um Asien und Indonesien. Ich würde gerne einen Backpacker Trip machen, bei dem ich nur das Nötigste bei mir trage und der Fokus ganz auf meiner Umgebung liegt.

FIV: Du bist ja auch Mama, kommt dein Sohn immer mit auf deine Reisen?

Kasia: Das ist immer unterschiedlich. Natürlich versuche ich, ihn bei den meisten Reisen dabei zu haben. Da ich mir Noans Erziehung jedoch mit seinem Papa teile, ist er auch oft bei seinem Vater.

Ernährung, Freund & Disziplin

FIV: Du bist ein Vorbild für viele junge Mädchen. Wie findest du die Zeit um Sport zu machen und was motiviert dich dazu?

Kasia: Ich liebe es, Sport zu treiben und mich zu bewegen. Es ist für mich die beste Möglichkeit, um vom Alltagstrubel abzuschalten. Wenn mich Leute fragen, wie ich regelmäßige Gym-Besuche in meinem Alltag integriere, lautet meine Antwort stets: Plane die Sport Sessions fest in deinen Tagesablauf ein! Manchmal bedeutet das eben auch, morgens eine Stunde eher aufzustehen, oder abends noch ein Home-Workout vor dem schlafen gehen zu machen. Du entscheidest wie weit dich deine Disziplin bringt.

FIV: Hättest du für unsere Leser ein paar Workout Tipps, die dir selber sehr geholfen haben?

Kasia: Mir haben Trainingsbänder sehr geholfen. Sie pas-

sen in jede Tasche und du kannst sie somit auch auf Reisen nehmen. Außerdem würde ich jedem raten, sich über Bodyweight Workouts zu informieren. Dann zählt auch die Ausrede nicht mehr, man hätte es nicht ins Gym geschafft. Zudem finde ich die Übungen großartig und halte sie für hoch effektiv!

FIV: Ich habe gesehen, dass du meistens proteinreiches Essen postest und auch selber zubereitest. Was isst du nach deinem Workouts am liebsten?

Kasia: Das stimmt, ich versuche viele Proteine zu mir zu nehmen. Damit stelle ich sicher, dass meine Muskeln gut versorgt sind und deren Aufbau begünstigt wird. Ich habe nach dem Training immer großen Hunger und esse am liebsten Ofengemüse, Garnelen, Lachs, Spinat etc. Gerne als Bowl angerichtet und toppe es mit Hummus, Feta und Samen. Ich liebe es einfach zu essen!

FIV: Dein Freund, Jerome Boateng ist ein erfolgreicher Fußballer. Sport scheint in beider eurer Leben einen hohen Stellenwert einzunehmen.

Kasia: Ja, das stimmt. In Jeromes Leben hat der Sport aber natürlich einen noch viel höheren Stellenwert, als in meinem. Er motiviert mich sehr - Seine Disziplin ist beneidenswert!

Mutter, Model & Hausfrau

FIV: Meine letzte Frage wäre: Wie sieht ein typischer Tag bei dir aus? Kann es da auch mal sehr stressig werden mit deinem Sohn Noan und Jerome?

Kasia: Mein Alltag ist sehr getaktet und durchgeplant. Ich stehe gegen 6:00 Uhr auf, mache Frühstück, bringe Noan in die Kita und gehe zur Uni. Am Nachmittag hole ich ihn wieder ab und versuche etwas Schönes mit ihm zu ma-

chen (Spielplatz und andere Dinge, die Kinder in dem Alter gerne tun). Wenn wir zuhause sind, koche ich, mache den Haushalt, gehe meinen Jobs als Influencerin und Model nach, mache ggf. ein Home-Workout, serviere das Abendessen und bringe Noan dann ins Bett. Sobald der Kleine schläft, lerne ich für die Uni. Am Wochenende ist Noan fast immer bei seinem Papa. Diese Zeit nutze ich, um einfach mal abzuschalten, oder mich Dingen widmen und Arbeiten zu widmen. Es ist momentan zwar alles in allem sehr viel, ich „funktioniere“ jedoch generell besser, wenn ich viel zu tun habe und bin darüber hinaus sehr dankbar für alle Möglichkeiten, die sich mir auftun.

Powerpuff Girl auf Reisen

FIV: Du hast auf Instagram ein Powerpuff Girl als Profilbild - warum?

Kasia: Ich fand es irgendwie langweilig immer mein Gesicht als Profilbild zu haben, also suchte ich nach einem Cartoon, der zu mir passt. Die Power Piff Girls stehen für (oh Wunder) Stärke und damit kann ich mich ganz gut identifizieren.

FIV: In unserem letzten Interview hast du erzählt, dass du gerne mal einen Backpacker Trip machen würdest: Was wäre dein Traum Trip, wohin würdest du gehen und wie lange?

Kasia: Ich war noch nie auf Bali und in den Gegenden rund um Indonesien herum. Mein Traum-Trip sehe so aus, einmal abseits von dem für uns selbstverständlich gewordenem „Alltags-Luxus“, wie fließend warmes Wasser, Hygiene und Essen zu sein. So viel wie möglich von dem Land und seiner Kultur zu entdecken und auch sich selber unter extremen Bedingungen näher zu kommen. Ich denke 3 Wochen wären eine gute Zeitspanne, um sich diesem Abenteuer zu stellen.



FIV: Was genau inspiriert dich dahin zu reisen? Ist es die Kultur oder eher die schönen Landschaften? Was macht XY (aus Antwort) für dich aus, warum XY?

Kasia: Mich inspiriert die Energie, die einen umgibt, wenn man einen Ort bereist, an dem man nie zuvor war. Und wenn es einem dann noch gelingt, sich komplett fallen zu lassen und all die Eindrücke aufnimmt, die deine Sinne in der Lage sind aufzunehmen, dann ist das schon eine tolle und einmalige Erfahrung. Mich reizen in erster Linie weit entfernte Länder und Regionen, da die Kluft zu unserer Kultur dadurch natürlich umso größer wird. Im Grunde würde ich gerne die ganze Welt bereisen, daher fällt es mir schwer, mich auf ein Gebiet festzulegen... Reisen bedeutet für mich „leben“!

FIV: Hast du Freunde oder Bekannte, die so etwas schon einmal erlebt haben oder wärst du die Erste in deinem Freundeskreis?

Kasia: Meine Freunde sind auch Menschen, die gerne reisen. Ein Bekannter von mir war mal für 4 Wochen im Kloster und hat ein Schweigegelübde abgelegt. Aber jemanden, der durch den Dschungel gerannt ist, habe ich nicht in meinem Freundeskreis.

Backpack Abenteuer

FIV: Was wären die 5 Dinge, die du auf deinem Backpack Abenteuer mitnehmen würdest?

Kasia: Eine Zahnbürste, Feuchttücher, mein Lieblingsbuch, Stift & Papier und einen Kamm.

FIV: Deine Heimat hast du gerade in Hamburg gefunden ... aber bei all den Ideen, könntest du dir vorstellen auszuwandern?

Kasia: Meine Heimat ist Berlin. :) Ich liebe Berlin, kann mir aber sehr gut und jederzeit vorstellen, auszuwandern.

Das Wetter in Deutschland von etwa Oktober bis März macht mich wahnsinnig.

Kasia für Savage Fenty

FIV: Du hattest letzts ein Foto Shooting mit dem Fotografen Philipp Gladsome für die Kollektion von Savage Fenty. Gratuliere für das tolle Fotoshooting, das war bestimmt eine tolle Erfahrung. Wie war es mit Philipp Gladsome zu arbeiten?

Kasia: Es ist immer wieder toll mit Philipp zu arbeiten. Er ist einer der besten, die ich kenne. Es gibt viele Fotografen, aber nicht bei allen stimmt der Vibe und nicht jeder hat das Talent, deine Schokoseite zu erkennen und auf das Foto zu bringen. Das ist eine wahre Kunst, die Philipp definitiv beherrscht.

FIV: Du hast dich bestimmt auf das Shooting sehr gefreut! Erzähl doch mal wie so ein Shootingtag so abläuft?

Kasia: Ein typischer Shooting Tag beginnt damit, dass man morgens früh in die Maske geht und dort das Make-up und Haare gestylt bekommt. Währenddessen baut der Fotograf und sein Assistent das erste Setting auf, indem er die Lichteinstellung testet etc. Anschließend werden die Outfits und Accessoires ausgesucht und es geht auch schon los. Man fotografiert so lange, bis man das gewünschte Material hat, dann wird abgebaut, sich abgeschminkt und alle gehen in ihren wohlverdienten Feierabend. Zwischendrin gibt es natürlich auch noch einen Snack, denn hungrig kann ja niemand gut arbeiten.

Fashion Must-Haves

FIV: Was ist dein Favourite Outfit gewesen?

Kasia: Mein Lieblingsoutfit war das mit den schwarzen Overknees und den Seidenhandschuhen. Sehr verführerisch.

risch und dennoch stilvoll und voller Klasse.

FIV: Vielleicht auch für alle jungen Models, wenn du mit Fotografen wie Philipp Gladsome arbeitest, lernt man als Model immer wieder etwas Neues dazu oder hat man irgendwann alles gesehen?

Kasia: Man lernt nie aus! Natürlich wird man von Job zu Job erfahrener, aber zu behaupten, es gäbe nichts, was ich nicht bereits wüsste, würde mir nie einfallen. Jede Begegnung, jeder Job stellt dich vor neue Herausforderungen, an denen du wachsen kannst. Niemand hat die Weisheit mit Löffeln gefressen.

FIV: Hast du noch einen Fotografen, mit dem du irgendwann noch einmal super gern zusammenarbeiten wollen würdest?

Kasia: Oh, da gibt es viele. Mit den Fotografen ist es wie mit dem Kochen - du kannst dieselben Zutaten haben und etwas ganz Tolles draus zaubern, oder „die Suppe völlig versalzen“. Aber um mal zwei Namen zu nennen, würde ich sehr gerne mit Peter Lindbergh und Annie Leibovitz shooten.

Traum: Sports Illustrated

FIV: Gibt es ein Traum Shooting mit einer Marke, für die du gerne mal ein Shooting machen würdest?

Kasia: Ich wollte früher immer auf das Cover Sports Illustrated. Heute beeindruckt mich Marken, die eine Message vertreten, wie z.B Rihanna mit Savage Fenty. Die Produkte sind atemberaubend und die Message zum Thema „Body Positivity“ extrem wichtig.

FIV: Was postest du ganz persönlich, abseits von Likes, eigentlich am liebsten?



Kasia: Ich mag in meinem Feed die Balance zwischen sexy Shooting Bildern, meinen Versuchen einen Handstand zu machen und der Zubereitung von gesundem Essen. Früher hatte es den Anschein, dass Menschen, die in der Öffentlichkeit stehen oder keinen „klassischen“ Beruf ausüben, unerreichbar seien. Plattformen wie z.B. Instagram bieten diesen Menschen die Möglichkeit, der Welt zu zeigen, dass auch sie nur mit Wasser kochen und das ist es, was auch ich mit meinem Account vermitteln möchte.

FIV: Im Gegensatz zu deinen Favorites, was kommt bei deiner Community gut an, was mögen sie von dir am liebsten?

Kasia: Bei meiner Community kommen definitiv die privaten Einblicke am besten an, mit denen ich allerdings sehr behutsam umgehe. Sie freuen sich generell über Fragerunden und Produktvorschlägen rund um das Thema Haut, Haare usw. Aber auch Sport und Ernährung interessiert meine Community sehr.

FIV: In unserem ersten Interview hast du uns von deinem busy Alltag erzählt. Wie sieht denn so ein Tag aus, wenn du gar nichts zu tun hast?

Kasia: Ich weiß ehrlich gesagt nicht, wann es zuletzt so einen Tag gab, hahahaha... Aber wenn es mal ein fauler Sonntag sein darf, dann würde ich ausschlafen (stehe irgendwie immer um 6 Uhr auf, und das auch ohne Wecker), frühstücken, zum Sport gehen, dann eventuell an einem Bild Weitermalen und dabei einen Wein trinken. Danach würde etwas Leckerer kochen und einfach nur 5 Filme gucken und essen, essen, essen...

Entweder-Oder?

FIV: Ich würde dir so gern noch ein paar "Entweder-oder-Fragen" für die Leser stellen:

FIV: Für immer auf Sport oder auf Schokolade verzichten?

Kasia: Sport ist mein Ventil, also Schokolade

FIV: Hund oder Katze?

Kasia: Hund

FIV: In die Vergangenheit oder in die Zukunft reisen?

Kasia: In die Zukunft reisen. Mein Traum wäre es ohnehin, durch alle möglichen Zeitzeonen reisen zu können.

FIV: Dir nie wieder die Haare schneiden können oder nie wieder die Haarfarbe ändern?

Kasia: Lieber die Haare nie wieder färben, ich färbe sie eh zu oft.

FIV: Braun oder Blonde?

Kasia: Puh, schwierige Frage... Braun, das ist meine Wohlfühl-Farbe.

FIV: Für immer in einer Großstadt oder für immer auf dem Land leben?

Kasia: Lieber in der Großstadt

FIV: Vielen Dank für deine Antworten! Am Anfang haben wir über dein Insta Profilbild gesprochen, Powerpuff. Manchmal ist das Leben ein Statement.

Eine letzte hätte ich noch an dich als Powerfrau! Wenn wir jetzt ein Statement Shirt für andere junge Mädels machen würden, was würdest du darauf schreiben?

Mein Statement:

I am mine, before I am ever anyone else's!

Fotos
Philipp Gladsome
Model
Kasia Lenhardt
Agentur
Fab4Media





Fotos
Philipp Gladsome
Model
Kasia Lenhardt
Agentur
Fab4Media



Fotos
Philipp Gladsome
Model
Kasia Lenhardt
Agentur
Fab4Media





ANNA CHRISTINA SCHWARTZ

Mode, Beauty & Fashion Lifestyle

Anna Christina Schwartz ist auf Social Media eines der sympathischen Models Deutschlands. Mit ihrer offenen Art, nimmt sie ihre Follower mit auf jede Reise und zeigt Einblicke in ihre private Welt. Wir durften sie interviewen und haben ihr Fragen über die Modelwelt, das Reisen und ihr Jahr 2020 gesprochen.

Modeln, Jobs & Shootings

FIV: Hi Anna-Christina und schön, dass wir heute ein Interview mit dir führen können. Du bist als gefragtes Model viel unterwegs, aber wie kamst du eigentlich zum Modeln? Und was war dein aufregendster Modeljob bis jetzt? Welcher Job hat dir am meisten Spaß gemacht?

Anna: Während meiner Ausbildung zur Physiotherapeutin habe ich mir auf dem Würzburger Weinfest etwas Geld dazu verdient und wurde dort von einem Modelscout angesprochen. Ich hatte schon viele aufregende Modeljobs, jedoch war der Job für Karl Lagerfeld in Paris ein ganz besonderes Highlight für mich. Es war mir eine große Ehre mit einer derartigen Ikone der Modeindustrie zusammen arbeiten zu dürfen. Viel Spaß hat mir auch das Musik-Video mit Marc Anthony (Cambio de Piel) gemacht, welches wir in Cancun gedreht haben. Ich liebe es, zu schauspielern und daher war es spannend für mich, vor laufender Kamera in eine andere Rolle schlüpfen zu dürfen. Die Location war zudem außergewöhnlich schön und die Crew total lustig.

FIV: Durchs Modeln kommst du wahrscheinlich viel rum. Was würdest du sagen ist dein Lieblingsreiseziel?

Anna: Puh, es fällt mir schwer, mich da fest zu legen... Als ich allerdings noch in NYC gelebt habe, fand ich es unglaublich spannend, viele verschiedene karibische Inseln für Bikini-Kampagnen zu bereisen.

FIV: Auf Instagram hast du auch Bilder von deinem Cosmopolitan Editorial Shoot gepostet. Erzähl uns doch etwas mehr dazu.

Anna: Ich liebe es, sowohl Fashion als auch Beauty Editorials zu shooten. Das Cosmopolitan Editorial haben wir vor ein paar Wochen in München geschootet und mit extrem ausgefallenem und teurem Schmuck eine tolle Beautystrecke umgesetzt. Ich freue mich schon sehr auf das Ergebnis!

TikTok & Tanzvideos

FIV: Auf deinem Instagram Profil hast du auch deinen TikTok Account verlinkt. Wann hast du mit TikTok angefangen und wie kam es dazu?

Anna: Ehrlich gesagt, bin ich nicht mehr sonderlich aktiv auf Tiktok. Während des Lockdowns habe ich mich ein bisschen an der App ausprobiert und teilweise auch sehr amüsiert - jedoch ist es sehr zeitaufwendig.

FIV: Ich habe gesehen, dass du auch einige Tanzvideos auf TikTok hochgeladen hast. Tanzt du auch professionell? Und wenn ja seit wann?

Anna: Als professionell würde ich es nicht bezeichnen. Aber ich habe von klein auf schon viel getanzt und eine kleine Leidenschaft dafür entwickelt. Es fing mit Ballett, Jazz, Modern Dance an und hat im Hiphop geendet. Wobei ich heute kaum noch tanze - außer die 2-3 TikTok Dances hier und da.

Make Up Trends von Spezialisten

FIV: Auch deine Makeup Skills sind wirklich bewundernswert. Was sind deine Top 3 Tipps für Makeup Fans?

Anna: Da ich schon seit 10 Jahren als Model tätig und ständig von professionellen Visagisten geschminkt werde, konnte ich mir ein paar Tipps abgucken.

Meine top 3 Tipps sind:

1. Wimpernzange vor dem Mascara benutzen
2. Augen schminken, bevor du die Foundation aufträgst (da der Lidschatten beim Auftragen oftmals krümelt)
3. Entweder die Augen oder die Lippen betonen (less is more).

FIV: Was waren deine Highlights des Jahres 2020 trotz Corona?

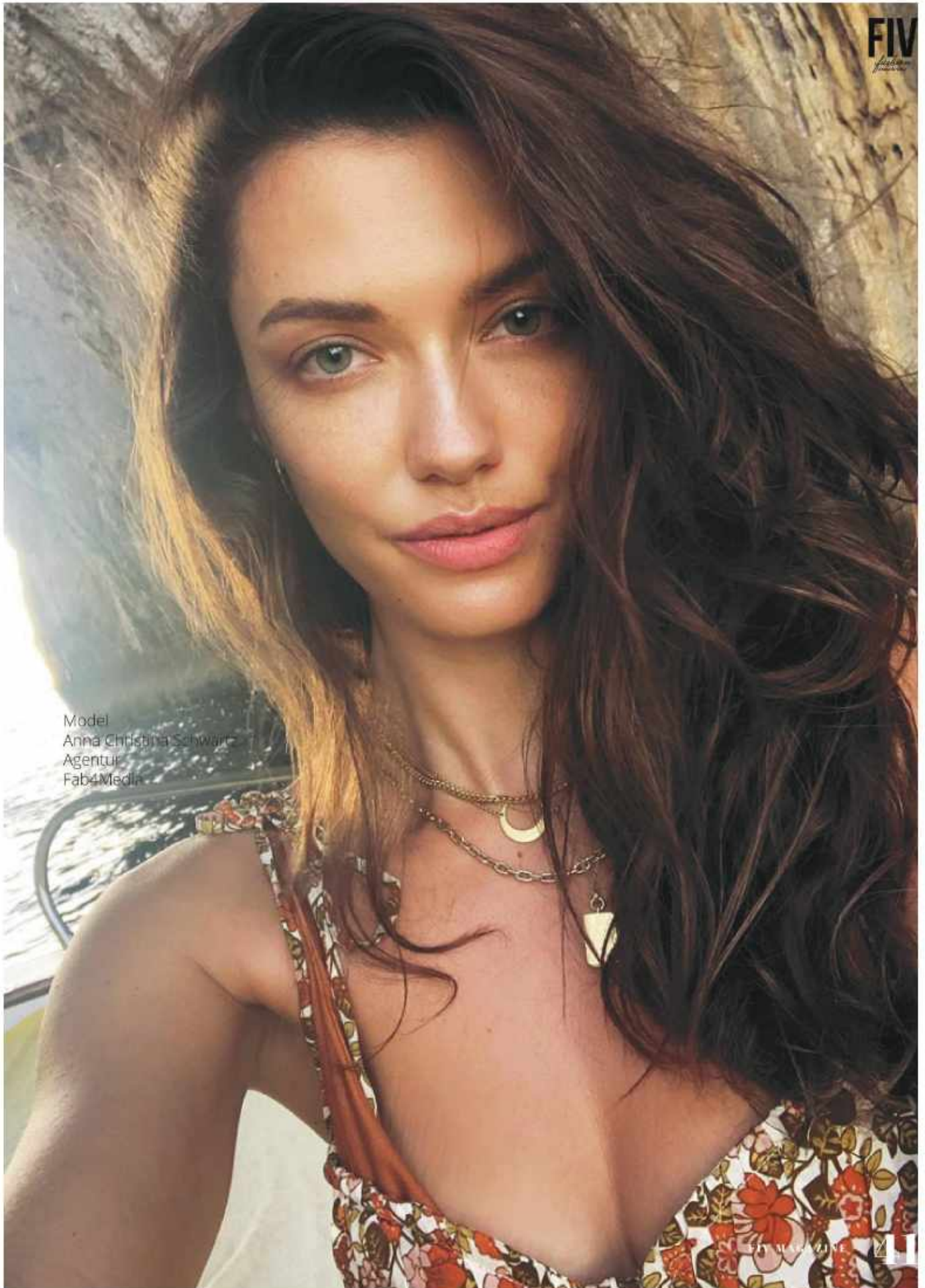
Anna: Definitiv Italien! Ich hatte das Glück, dass ich meinen Sommerurlaub Mitte August (trotz Corona) wahrnehmen konnte. Ich bin mit meinem Freund nach Capri geflogen und wir hatten eine unfassbar tolle Zeit auf der Insel. Viele Wanderungen, Strandtage und jede Menge Pasta, Pizza und Eiscreme.

FIV: Was sind deine Mode Must-Haves für den Sommer 2020?

Anna: Ich bin keine Fashion Queen, aber ich liebe luftige, blumige, bunte bodenlange Sommerkleider. Ansonsten trage ich gerne eine Mom-Jeans mit einem schlichten T-Shirt und Blazer. Und natürlich süße Bikinis für die heißen Sommertage.



Model
Anna Christina Schwarz
Agentur
Fab4Media



Fotos
Fab4Media
Model
Anna Christina Schwartz
Agentur
Fab4Media



Sarina Nowak

Curvy Model in Hollywood



Curvy Model, Influencerin und Schauspielerin. Die blonde Schönheit hat sich in den USA einen Namen als Model gemacht und startet richtig durch. Auf ihrem Instagram Account setzt sie sich für Body Positivity ein macht damit vielen jungen Mädels und Models Mut. Ihre inspirierende und spannende Persönlichkeit spiegelt sich auch in unserem Interview mit dem sympathischen Model und zukünftigen Schauspielerin wieder. Im Interview spricht sie über die Message, die sie vermitteln will, ihr Leben in Los Angeles und ihren Job.

Erfolgreiches Curvy Model in Los Angeles

FIV: Vor einigen Jahren hast du dich bewusst dafür entschieden in die USA auszuwandern. Danach hast du eine Karriere begonnen, womit damals wahrscheinlich wenige gerechnet haben und doch bist du ein sehr erfolgreiches, selbstbewusstes Curvy Model geworden.

Was vermisst du an Deutschland am meisten?

Sarina: Am meisten vermisse ich meine Familie und Freunde. Ich war jetzt eine Weile nicht in Deutschland und zurzeit wird einem die Reiserei natürlich auch ziemlich erschwert. Zudem vermisse ich das deutsche Brot, haha. Das findet man hier in den USA einfach nicht!

FIV: Du hast jetzt schon einige Jahre Erfahrung im amerikanischen Modebusiness sammeln können. Was ist in Bezug aufs Modeln der größte Unterschied zwischen Deutschland und den USA, sprich Los Angeles?

Sarina: Ich muss sagen, dass sich der Curve Market in den USA sehr viel schneller entwickelt und etabliert hat, als in Deutschland. Die Menschen hier sind doch sehr viel offener und heißen dich schneller willkommen. Ich wün-

sche mir einfach, dass es irgendwann selbstverständlich ist, dass jede Brand auch große Größen produziert.

FIV: Sicherlich gibt es bezüglich Größe, Maße & Modeltyp Unterschiede in den Modestädten in Europa und den USA. Hast du das Gefühl als Curvy Model erfolgreicher in den USA zu sein als in Deutschland?

Sarina: Als ich meine ersten größeren Jobs für z.B. Sports Illustrated oder Good American mit Khloe Kardashian in den USA bekam, nahm auch das Interesse deutscher Marken, wie auch das, der TV Sendungen enorm zu. Darüber hinaus hat in Deutschland zu dieser Zeit der Curve Market auch erst so richtig begonnen. Aus dem Grund kann ich es schwer einschätzen. ABER es gibt auf jeden Fall mehr Möglichkeiten in den USA als Curvy Model, so viel steht fest.

FIV: Hast du schon einmal darüber nachgedacht nach Deutschland zurückkehren?

Sarina: Ja, darüber habe ich schon oft nachgedacht... Aber um ehrlich zu sein, weiß ich momentan noch nicht, wo ich irgendwann mal leben will. Was ich allerdings weiß, ist, dass ich nicht für immer in Los Angeles leben werde. Wir werden sehen, was die Zukunft bringt.

Body Positivity

FIV: Body Positivity ist ein großes Thema in den Sozialen Medien. Auch du vermittelst auf Instagram und in deinem Buch Selbstbewusstsein und Mut. Dadurch bist du ein Vorbild für viele Frauen und junge Mädchen geworden. Doch immer wieder liest man, dass vor allem die Modeindustrie Schwierigkeiten mit Veränderung hat. Hat sich deiner Meinung nach die Modeindustrie in den letzten Jahren verändert? Wenn ja, findest du diese Veränderung positiv/negativ?

Sarina: Die Modeindustrie hat sich in den letzten Jahren enorm geändert und zwar zum Positiven! Natürlich gibt es auch heute immer noch einige, die es nicht verstanden haben und wahrscheinlich auch nie werden. Dennoch ist deutlich ein positiver Trend zu beobachten. Bei meinen Followern verhält sich das ganz ähnlich... Auch da gibt es immer wieder welche, die etwas zu meckern haben. Ein Beispiel: Vor kurzem habe ich ein Foto in einem figurbetonten Kleid gepostet, in dem meine Kurven gut zur Geltung kamen. Fast die Hälfte der Kommentare waren von Leuten (überwiegend deutsch!), die sich negativ über meinen Körper äußerten. Ich lasse mich da natürlich nicht drauf ein, war aber trotzdem etwas schockiert.

Was denken sich diese Menschen dabei, derart über eine andere Person zu urteilen? Warum? Ich werde es nie verstehen. Wenn man nichts Nettes zu sagen hat, sollte man doch einfach den Mund halten. Wir sollten uns gegenseitig respektieren, ermutigen und lieben.

Dancing on Ice, Sports Illustrated, Good America

FIV: Seit deinen schlanken Anfängen als Model im TV hat sich vieles verändert. Was war bislang dein schönstes Erlebnis als Model bzw. was war der Interessanteste Job für dich?

Sarina: Meine Teilnahme bei Dancing on Ice Anfang 2019 gehört definitiv zu meinen schönsten Erfahrungen als Model und war gleichzeitig meine größte Herausforderung. Ich bin sehr dankbar für diese Zeit, denn ich habe viel gelernt, vor allem über mich selbst. Ich bin währenddessen an meine Grenzen gegangen und finde es bewundernswert, wie viel man in kurzer Zeit erreichen kann, wenn man es wirklich will und hart dafür arbeitet. Und um noch weitere tolle Jobs zu nennen - Sports Illustrated, Good American oder Forever21 auf dem Time Square waren auch sehr coole Erfahrungen.

„Meine Oma ist mein Vorbild“

FIV: Von welchem Menschen, den du bisher getroffen hast, warst du besonders beeindruckt und warum?

Sarina: Mein größtes Vorbild wird immer meine wunderschöne Oma sein. Durch sie bin ich die Person gewor-







den, die ich heute bin. Meine Oma hatte das liebste Herz und die reinste Seele. Sie war ein unglaublich positiver Mensch. Selbst wenn es ihr nicht gut ging, hatte sie immer ein Lächeln im Gesicht.

Next: Schauspielerin in Hollywood

FIV: Du wohnst in Hollywood, der perfekte Ort, um eine Schauspielkarriere zu starten. Werden wir dich bald neben Zeitschriften Covern auch auf der Leinwand sehen?

Sarina: Seit August 2019 besuche ich eine Schauspielerschule in New York. Dort erwartete mich täglich ein sehr intensives Training, weshalb ich mich dazu entschieden hatte, nach NY zu ziehen. Anfangs bin ich noch alle 2 Wochen nach LA gependelt, um dort zu arbeiten. Die viele Reiserei hat mich allerdings so viel Kraft gekostet, dass ich mich nicht zuletzt aufgrund der Covid19 Krise dazu entschied, zurück nach LA zu ziehen. Mein Studium läuft derzeit ausschließlich digital ab. Aber um deine Frage zu beantworten: JA, das wäre mein Traum und es ist eins meiner Ziele!

FIV: Zum Schluss würde mich noch eine Sache interessieren: Wenn du innerhalb von einer Sekunde eine Sache auf der Welt ändern könntest, was wäre das?

Sarina: Die Frage beantworte ich mit meinem Lieblingsspruch:

Wenn Menschen so ein großes Herz wie Hunde hätten, wäre die Welt ein besserer Ort!



VIRTUELLE INFLUENCER

DIE ZUKUNFT
VON MORGEN?

Wir tauchen ein in die Welt der digitalen Models, Influencer und Instagram Sternchen. Virtuelle Influencer erobern den Markt, sind längst kein Hype mehr. Es dreht sich um Mode und welche Begeisterung diese virtuellen Persönlichkeiten in der Modewelt hervorrufen. Wer sind Sie? Wer hat sie Erschaffen? Welche Rolle spielen Sie in der heutigen Mode- und Social-Media Welt. Wir stellen euch Models vor, unter anderem Lil Miquela und Shudu Gram, die zwei ersten virtuell erschaffenen Models und was genau jedes einzelne von Ihnen so besonders macht.

Was macht ein (Super)model aus?

Supermodels wie Eva Herzigová oder Heidi Klum erfüllen in vielerlei Hinsicht die (äußerlichen) Klischees eines Models. Die perfekten Maße, reine Haut und volles Haar. Doch das Supermodel wie es früher existierte, gibt es heute nicht mehr. Die Ansprüche an das Model, wie es auszusehen hat, generell wie es in der Welt agiert haben sich geändert. Herzigová zum Beispiel geht sogar noch einen Schritt weiter und bezeichnet die Aktivistin Greta Thunberg als Supermodel. Der Stellenwert eines Models und dessen Definition befinden sich an einem Wendepunkt. Ein Model ist nicht mehr nur eine leere Leinwand, sondern eine Person mit Stimme

„Models bekommen heute mehr Beachtung für das, was sie sind - und was sie sagen“, sagte Eva Herzigová

Die Supermodels der 90er: Naomi Campbell, Cindy Crawford, Claudia Schiffer, Kate Moss und Heidi Klum, Nadja Auermann. Lies hier mehr über ihre Karriere, Privatleben und wie sie so erfolgreich geworden sind. Was macht Bella, Gigi, Taylor und Hailey so besonders?

Influencer Marketing

Auch Supermodels wie Eva Herzigová oder Naomi Campbell nutzen im Zeitalter von Instagram und Facebook die Möglichkeiten der digitalen Präsentation. Durch geschickte Posts und eine überlegte Marketingstrategie gewinnen sie an Beachtung und sind als Influencer bekannter denn eh und je. Das Wort Influencer ist keine moderne Erfindung des Marketings, sondern ein seit Jahrtausenden funktionierendes Geschäftsmodell, auch bekannt als „Empfehlungsmarketing“. Eine Empfehlung bedeutet, dass Menschen (mit Einfluss) auf andere Personen wirken, durch positive Meinungsbildung. Personen die die Empfehlung erhalten, werden sich in der Regel auch daran halten, ist die Kaufbereitschaft einmal gegeben. Ziel eines erfolgreichen Marketings ist es einer zuvor bestimmten Zielgruppe Produkte oder Dienstleistungen durch interessante und kreative Inhalte näherzubringen und die Zielgruppe zum Handeln zu bewegen.

Virtuelle Influencer

Lil Miquela, Zoe, Ella, Bermuda, Daisy Page, Shudo. Was haben diese sechs Personen miteinander gemeinsam? Sie sind erfolgreiche Influencer und Models auf Instagram und Co. Sie gelten als die Neuentdeckung in den Sozialen Medien. Aber was macht sie so besonders? Sie sind nicht lebendig. Die Pixel-Geschöpfe existieren nur online und führen so den ein oder anderen hinter das Licht. Ihr ganzes Erscheinungsbild wirkt so real, dass sogar große Modemarken die Influencer für Shootings und Modenschauen buchen.

Models, Influencer, Blogger und nun virtuelle Models

Der Trend der virtuellen Influencer ist ein Phänomen des 21. Jahrhunderts. Nach Facebook und Instagram kamen

die Blogger, reale Menschen, die die Plattformen zu ihren Gunsten ausnutzen und ihre Fans auf verschiedenen Themengebieten unterhalten. Spätestens seit es digitale Fotografie und Photoshop gibt, lässt sich der Unterschied von real und falsch ohnehin nicht mehr erkennen. Der Vorteil eines virtuellen Charakters: Er kann alles sein und das sehr schnell! Die Entwickler hinter den Virtualitäten erschaffen eine Antwort auf eine prominente Nachfrage. In aufwendigster Kleinstarbeit wird eine Geschichte um die Person erfunden, Charakterzüge gepflegt und Pixel für Pixel neue Möglichkeiten der Vermarktung geschaffen. Auf diesem Weg eröffnen sich der Modewelt neue Chancen.

Kontroversen und Gefahren

Wenn Menschen bereits in der Lage sind virtuelle Menschen, denen man ihre Fiktion nicht einmal ansieht, entwerfen können, wo liegen dann die Grenzen und beeinflusst dieser Wandel die traditionelle, ohnehin schon kritisch beäugte Modewelt? Sind die digitalen Newcomer Models eine Konkurrent für die realen Supermodels der 90er Jahre, wie Naomi Campbell oder Heidi Klum, sowie den angesagten Models des 21. Jahrhunderts Gigi Hadid oder Haily Bieber? Der Aufwand eines virtual Models darf aber nicht unterschätzt werden. Denn hinter dem perfekten Aussehen und dem markelosen Leben stecken etliche Stunden harte Arbeit. Außerdem sind digitale Influencer nicht günstiger als echte ihrer Art. Neben den Entwicklungskosten, darf das Team, welches hinter allen Schritten von Shudo und Co. sitzt, nicht vergessen werden. It-ler, Design Spezialisten, Marketingmanager und und und. Eine Gefahr stelle diese Entwicklung jedoch nicht für die Nachfrage an realen Models da, so Cameron Wilson.



Vorteile virtueller Influencer im Überblick

- Sie sind verewigt, die Karriere könnte, Jahrzehnte gar Jahrhunderte dauern
- Unternehmen können ihre eigenen virtuellen Models/ Influencer bauen
- Markenimage steuern
- Botschaften welche der Zielgruppe vermittelt werden wollen, können besser kontrolliert werden
- Aussehen und Persönlichkeit können Branchenspezifisch zugeschnitten werden
- Jeder beliebige Hintergrund kann montiert werden
- Unerschöpflicher Arbeitsbereich
- Kein kurzfristiger Hype
- In Zukunft bevölkern mehr Kunstfiguren aus den unterschiedlichsten Branchen die sozialen Medien
- Virtuelle Influencer buchen

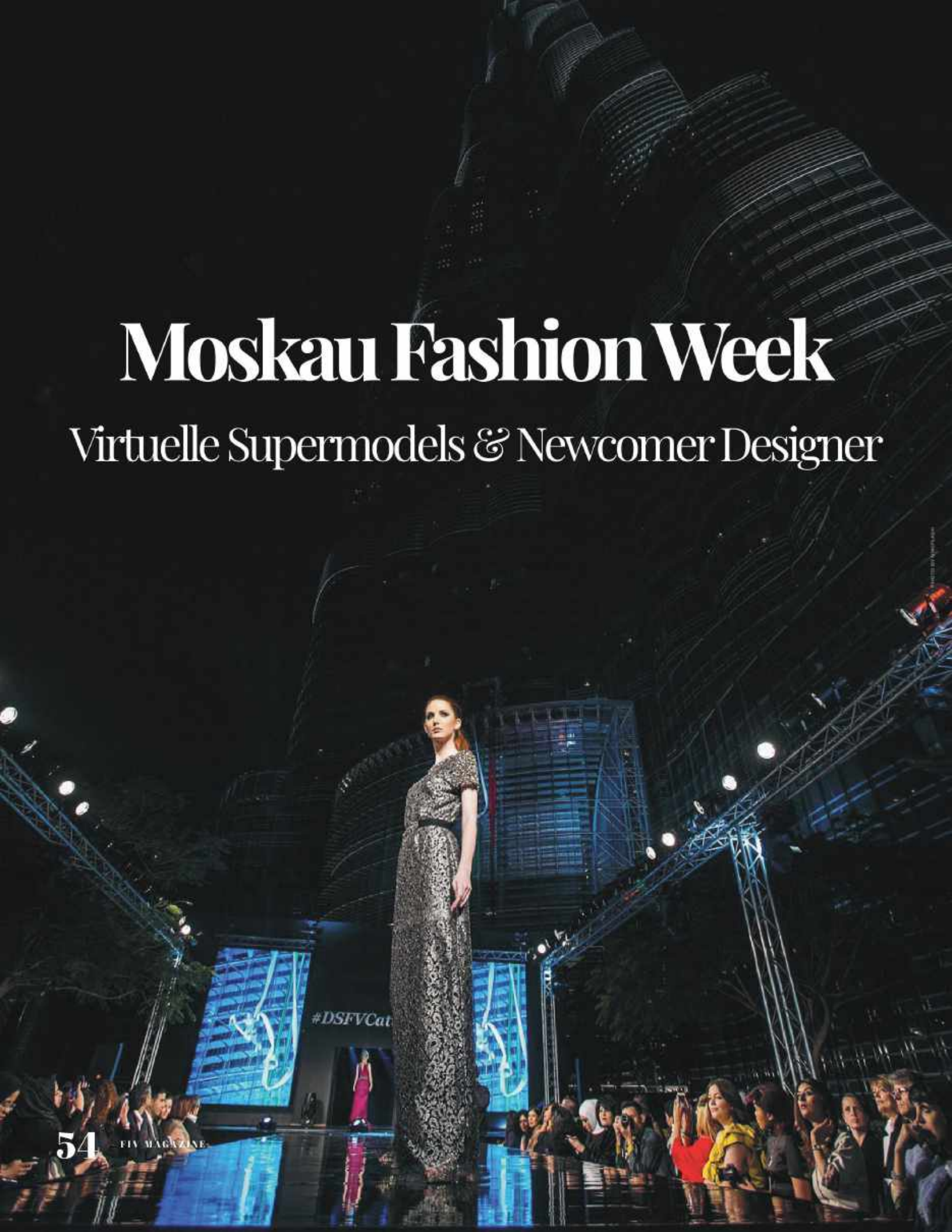
Virtuelle Influencer erlangen an immer mehr Popularität, dass sie in eine paar Jahren evt. den gesamten Modemarkt einnehmen könnten. Doch wo gehe ich als Label hin um einen digitalen Influencer zu buchen? Mittlerweile gibt es diverse Agenturen, die sich auf virtuelle Avatare und Models bzw. Influencer spezialisiert haben.

Cocalne Models ist die erste Modelagentur in Europa mit virtuellen Influencern. Angesehene digitale Influencer wie Ella und Zoe können dort gebucht werden. Ella ist das erste digitale Model der Agentur und steht in den Startlöchern einer aufstrebenden Karriere. Ihr folgten gleich zwei Schönheiten: Zoe und Linda. Während Zoe bereits ihre erste Fashion Show auf der Russian Fashion Week läuft wird Ella zu einer angesagten Instagram Influencerin.



Moskau Fashion Week

Virtuelle Supermodels & Newcomer Designer



Mailand abgesagt, Paris abgesagt, Berlin abgesagt, New York abgesagt. Coronas Auswirkungen stellen auch die Modewelt vor besonderer Herausforderungen. Modenschauen mit Präsenz? Kaum vorstellbar in Zeiten wie diesen. Umso schöner ist es zu sehen wie die Welt der Mode der Krise trotzt und mit zukunftsorientierten Ideen, innovatives Gespür beweist. Denn Not macht kreativ. Die Mercedes Benz Fashion Week Russia geht online! Die Modenschauen werden live aus Russland auf allen gängigen Sozialen Plattformen und Seiten der Modemagazine gestreamt. Bekannte virtuelle Influencer, wie Zoe oder Lil Miquela präsentieren die neusten Kollektionen internationaler Designer/Innen mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit.

Moskau – Stadt einer Revolution

Russlands Hauptstadt Moskau hat sich in den letzten Jahren zu einer wahren Modemetropole entwickelt. Als eine der größten Städte und Metropolregionen der Welt ist die russische Millionenstadt das politische, wirtschaftliche, wissenschaftliche und kulturelle Zentrum Russlands. Durch die Erschließung des asiatischen Markts treibt der Wirtschaftsriese die Digitalisierung der Welt voran. Eine kontroverse Stadt, die einerseits traditionell und konservativ agiert und andererseits den Nerv ihrer Zeit trifft, wird zum Schauplatz einer Revolution. Die graue, triste und kühle Stadt im Osten fällt in der Vergangenheit zu meist durch Negativschlagzeilen auf. Doch abseits von Politik und Krisen scheint ein Funken Hoffnung am Horizont. Die Global Talents Digital Fashion Show wo Realität auf Digitalisierung trifft. Und der Modelmarkt neu definiert wird.

Mercedes Benz Fashion Week Moskau

6 digitale Models, 8 digitale Artists, 8 virtuelle Shows, 38 Video Präsentationen, 50 Designer/innen aus 20 Ländern. Als erstes hybrides Fashion Projekt vereint die Global Talents Digital Show vom 4. bis 6. September Designer/Innen und Technologie und lässt etwas noch nie dagewesenes entstehen. Bei Global Talents handelt es sich um eine Initiative des Russian Fashion Council, die Newcomern die Chance gibt, sich in der Mode-Welt zu beweisen. In diesem Jahr liegt der Schwerpunkt auf „Sustainability“ sprich Nachhaltigkeit. Fünfzig Internationale Designer wie Alexey Severin (Italien), Chain (Argentinien), Femme de Mars (Belgien) und viele mehr zeigen verteilt auf acht Shows, wie Mode innovativ gestaltet und präsentiert werden kann. Global Talents Digital ist den „normalen“ Modenschauen in vielerlei Hinsicht einen Schritt voraus. Mit über 2,5 Millionen Zuschauern, weltweit, verteilt auf den beliebtesten Sozialen Plattformen sowie Internetseiten bekannter Marken will Global Talents an der Erfolg der letzten Show anknüpfen.



Zoe: virtuelles Model & Influencer

Eine Modenschau zu digitalisieren stellt viele Designer/Innen und Organisatoren vor einige unvorhersehbare Probleme. Allen voran: der Catwalk. Lebendige Models einen Laufsteg hoch und runter laufen lassen und sie dabei filmen erscheint zu simpel und nicht innovativ genug. Doch eine Lösung ist schon gefunden. Sie heißt Zoe, hat blaue Augen, braune lockige Haare und arbeitet in einer Bar. Und damit nicht genug. Zoe ist ein virtuelles Model und wird auf den Shows der Global Talents Digital laufen. Eine wahre Revolution in der Modewelt. Das israelische Model mit dem stechenden Blick setzt sich in ihrer Freizeit selbst mit Sustainability auseinander, lebt einen veganen Lifestyle und ist damit eine wahre Bereicherung für die Russian Fashion Week.

Nachhaltige Mode im Mittelpunkt

Innovatives Design widerspricht Nachhaltigkeit? Von wegen. Die Global Talents Digital Designer/Innen setzen sich mit verantwortungsvollem Konsum, der Sorge um den Planeten Erde und verschiedensten Designstrategien auseinander und präsentieren in Form von Modenschauen und Workshops Upcycling und Recycling Prozesse, Zero Waste und Slow Fashion. Von Japan bis Süd Afrika, Designer/Innen der ganzen Welt partizipieren in diesem einzigartigen Event komplett digital. Alexander Shumsky, der President des Russian Fashion Council und der Mercedes-Benz Fashion Week Russia meint:

„In our project we expand the boundaries of sustainability, (...). The idea of the project is to take designers outside of Instagram for widespread attention of clients, celebrity stylists, and the press. (...) viewers will gain wide knowledge of sustainability and will be engaged through AR“ (Quelle: Global Talents Digital)





Zoe ist State of the art. Es gibt nichts vergleichbares. Digitale Influencer aus den Vereinigten Staaten werden durch CGI (Design) zum Leben erweckt. Vielleicht hast du schon einmal von Lil Miquela gehört. Ella besteht aus Code. Dies sind die ersten Jobs unseres „New, New Faces“ Zoe! Wir sind auf alle Schritte gespannt, die jetzt kommen werden.

Zoe für CHAIN

Zoe wird ihre Premiere als Laufstegmodel auf der Fashion Show des angesagten Labels CHAIN feiern. Dieses hatte sie vor Kurzem für die Russian Fashion Week verpflichtet. Die argentinische Modemarke steht für Nachhaltigkeit, Slow Fashion, Handarbeit und Zero Waste. Die auf Pflanzen basierte Kleidung wird in Buenos Aires in einem kleinen lokalen Studio per Hand hergestellt und setzt auf

zeitloses, minimalistisches sowie außergewöhnliches Design. Die Designerin hinter der Marke, Lucía Chain ist keine unbekannte. Nachdem sie erfolgreich ein Studium in Fashion Business und Sportswear Design in Argentinien und Paris absolvierte gründete die talentierte Nachwuchsdesignerin ihr Label CHAIN. Bereits ein Jahre nach der Gründung zeichnete die Vogue Italy Chain zum „Next green Talent“ aus. Mit ihrem Sieg beim Global Talents Mercedes Benz Fashion Week Russia Wettbewerb, sicherte sich die aufstrebende Argentinierin einen der begehrten Plätze der Global Talents Digital Show im September. Die auf Pflanzen basierte Marke CHAIN will nun mit Zoe die Modewelt stürmen und präsentiert auf der Russian Fashion Week eine neue Kollektion.

SHUDU GRAM

VIRTUELLES SUPERMODEL & INSTAGRAMSTAR



In der Modewelt machen sich Veränderungen sichtbar. Im Zeitalter von technologischem Fortschritt und Photoshop konkurrieren echte Models plötzlich mit virtuellen Schönheiten. Die digitalen Models und Influencer haben einen ganz entscheidenden Vorteil: Sie sind perfekt, können alles tragen, machen was ein Kunde verlangt und geben keine Widerworte. Ganz so einfach ist es natürlich nicht, denn hinter einem virtuellen Charakter steht eine Menge Arbeit, viele Kosten und ein Leben. Die Erfinder der neuen Generation von Models geben ihnen ein Leben, eine Vergangenheit und eine Zukunft. Shudu Gram ist eine von ihnen. Die Afrikanerin ist das erste virtuelle Supermodel, dass bereits von großen Labels wie Balmain oder Ellesse engagiert wurde.

Shudu Gram: Das erste digitale Supermodel

Shudu Gram, bekannt als eines der schönsten Models auf Instagram entstand als Antwort auf die Eintönigkeit und Tradition des Modelbusiness. Der britische Fotograf Cameron Wilson bricht im Jahr 2017 mit seiner Erfindung die traditionellen, konventionellen Regeln der Modebranche und kreierte, inspiriert von Supermodels wie Naomi Campbell, Iman und Alek Wek eine schwarze Schönheit. Mehr noch eine südafrikanische Barbie. Shudu hat markelose Haut, eine Traumfigur und erfüllt jedes Supermodelkriterium. Mittlerweile zählt das digitale Supermodel über 206.000 Abonnenten, unter ihnen bekannte Marken und Unternehmen, wie die Vogue, Balmain, Ellesse, Swarovski, Hapers Bazaar, Tiffany & Co., Oscar de la Renta und viele mehr.

Experiment virtuelles Model

In den Anfängen war Shudu ein Experiment, eine Innovation für die die Welt vielleicht noch nicht bereit gewesen ist, denn auch wenn ihre Popularität stieg, glaubten die Leute an ihr physisches Dasein. Wilson fühlte sich bestätigt in seiner Arbeit und fing an seine Kreation zu vermarkten. Bevor der Brite der Welt offenbarte, dass Shudu nur digital existiert, schickte ihm ein Label ein T-Shirt zu, welches Shudu anziehen und vermarkten sollte. Doch wie zieht man einem virtuellen Charakter ein reales Shirt an? Ganz einfach: Man baut das Kleidungsstück am Computer nach und zieht es dem Model an. Natürlich war Wilson nun gezwungen dem Kunden und der Welt Shudus virtuelle Existenz zu erklären.

Shudu auf dem roten Teppich der Academy Awards

Shudu Grams Charakter erlangt mit der Zeit immer mehr Popularität, so dass auch große Marken auf die Afrikanerin aufmerksam werden. Doch der Erfinder Cameron Wilson geht noch einen Schritt weiter. Anstatt Shudus Präsenz lediglich auf die Sozialen Medien zu beschränken, schickt er sie zu dem British Academy Film Awards. Ein virtueller Charakter, der am Computer gezeugt wurde soll im echten Leben den roten Teppich entlanglaufen? Unmöglich. Ist aber genau so passiert. Wilson erschuf kurzerhand ein original getreues Hologramm des Models und ließ sie so mit anderen Stars interagieren.

Shudu für Balmain, Vogue & Co.: The Virtual Army

Shudu ist ein wahrer Star auf Instagram. Das erkennt auch die Modemarke Balmain und startet 2018 die Pre-Fall Kampagne mit ihr und zwei weiteren virtuellen Models, die ebenfalls aus der Hand des Briten Cameron Wilson stammen. Die virtuellen Ikonen der Balmain-Army sollen die Schönheit, den Rockstil, das Selbstbewusstsein und die Kraft der Marke widerspiegeln. Normalerweise arbeitet Balmain mit Topmodels wie Gigi Hadid, doch nun zeigt Creative Director Olivier Rousteing der traditionellen Modebranche die kalte Schulter und kreiert die Virtual Army. Ein Modeltrio bestehend aus Shudu, Zhi und Margot.



Bermuda

Virtuelles Model, Skandale, Musikkarriere

Ist sie echt? Diese Frage stellen sich viele, jedoch ist das blonde Model nicht echt. Einer der bekanntesten virtuellen Influencern ist Bermuda. Durch ihre Skandale und frühere negative Art wurde Sie erfolgreich. Nun ist sie Sängerin, Model und hat sich eine Reichweite auf Instagram aufgebaut. Sind die digitalen Influencer der Ersatz für Naomi Campbell oder Bella Hadid?

Wer ist Bermuda

Bermuda, ist seit 2016 ein umstrittenes blondes virtuelles Model aus LA, die dafür bekannt ist die digitale Welt der Sozial Medien aufzumischen. Das virtuelle Model ist sehr politisch Bezogen und war ein Trump Supporter, mittlerweile hat sich ihre Sicht geändert. Außerdem glaubte sie nicht an den Klimawandel. Sie brachte noch andere skandalöse Aktionen, die halfen mehr Follower zu gewinnen. April 2018 hat Bermuda den Instagram Account von Miquela gehackt. Dabei löschte sie viele Fotos und postete Computer generierte Avatare, unter anderem ihre Fotos.

Dies brachte jedoch Miquela zu 1 Mio Followern auf Instagram und war ein Meilenstein, der eine Menge Türen in der Welt der Influencer öffnete, einschließlich lukrativer Markengeschäfte mit prominenten Designern. Miquela hat sich nicht runter kriegen lassen und versuchte weiterhin den Leuten zu beweisen, dass sie eine reale Person sei. Und genau das gefiel Bermuda garnicht. Sie postete auf ihrem eigenen Instagram Account Bilder. Mittlerweile haben sich die beides versöhnt und sind mittlerweile sehr gut befreundet. Bermuda machte schon Werbung für Chanel, Balenciaga, Tesla, und Starbucks. Zudem bringt sie ihre eigene Musik raus mit der sie 378.735 Aufrufe, auf YouTube, erzielte.

Liebe zwischen virtuellen Influencern?

Bermuda und Blawko22 waren mal ein Paar. Jedoch endete die Beziehung. Sie lernten sich durch Instagram kennen. Blawko entdeckte sie durch den Streit zwischen ihr und Miquela. Als Bermuda ihre Unternehmen wechselte, wo Blawko und Miquela waren, lernten Sie sich kennen. Bermuda bekam ein besseres Aussehen und ihre Persönlichkeit änderte sich. Die zwei trafen sich öfters und wurden dann zum Pärchen. Die zwei hatten jedoch verschiedene Charaktere. Blawko war immer sehr positiv und wollte immer nur das Beste, hingegen Bermuda sehr negativ eingestellt war. Die Wege trennten sich, weil Bermuda Blawko ändern wollte und ihm gefiel es nicht. Jedoch sind die drei virtuellen Charaktere trotz dessen befreundet.



Miquela Sousa

Ist sie unsere Zukunft?



Gigi Hadid, Cara Delevigne und Hailey Bieber outdated? Virtuelle Influencer wie Lil Miquela oder Bermuda erobern Instagram und das Modelbusiness. Wer dachte, dass diese virtuellen Influencer langweilig und ohne Charakter wären, der hat sich aber gewaltig getäuscht. Die Models besitzen neben einer individuellen Persönlichkeit ein eigenes Leben, in denen sie mithilfe von Story Telling über ihre Freizeitaktivitäten berichten. Der Trend dieser virtuellen Stars bezieht sich jedoch schon lange nicht mehr nur auf Instagram, eine Musikkarriere ist ihnen ebenfalls schon vorhergesagt. Innerhalb von vier Jahren baute sich die virtuelle Influencerin Miquela Sousa eine beachtenswerte Karriere auf, mit aktuell 2,7 Millionen Follower auf Instagram.

Virtuelles Model wird zum Instagram Star

Miquela Sousa, besser bekannt als Lil Miquela ist ein 19-jähriges brasilianisch-amerikanisches digitales Model, Musikkünstlerin und Influencerin mit über zwei Millionen Instagram Abonnenten. Ihre Erfinder Trevor McFedries und Sara DeCou konzipierten Miquela zusammen mit Brud, einem Technologie Start-Up in Los Angeles, welche sich auf künstliche Intelligenz spezialisieren. Das Model lebt ebenfalls in Los Angeles, trägt echte Kleidung von bekannten Streetwear-Labels wie Supreme, Stussy und Luxuslabels wie Chanel und Balenciaga. Ihren großen Auftritt hatte sie im April 2016, wo erstmals ein Beitrag von ihr auf Instagram veröffentlicht wurde. Die Erfinder des Models hielten jedoch zu Beginn geheim, dass es sich bei Lil Miquela um eine künstliche Person handelte. Diese Bombe ließ allerdings ein weiterer virtueller Avatar, Bermuda, platzen. Die perfekte Marketing-Strategie?

Was macht sie so besonders?

Süßer Look und jeden Tag perfekt gestylt, das lieben ihre Follower an Miquela. Und das Beste: das Model altert nicht! Während Naomi Campbell oder Heidi Klum eigentlich schon lange aus dem Model Business raus sind, fängt

Lil Miquelas Karriere gerade erst an. Auf Instagram suchen wir doch immer nach der Person, die uns perfekt erscheint. Perfektes Aussehen, perfektes Leben und perfekte Freunde; das alles versuchen wir in einer Person wiederzufinden. Doch das „perfekte“ Leben gibt es in dem Sinne nicht. Oder doch?

Virtuelle Models füllen diese Lücke, sie präsentieren sich ihren Followern und Fans in einem nahezu perfektem Umfeld. Mit Ihrer individuellen Persönlichkeit inspirieren sie andere und sind Vorbilder für viele Menschen dort draußen. Auch wenn viele behaupten, dass dies alles nur „fake“ wäre, stecken reale Menschen hinter dem Avatar. Sie lassen das Model nicht nur die neuesten Produkte präsentieren, sondern erschaffen einen Charakter, zu dem andere Menschen aufsehen.

Fashion Designer & Mode Zeitschriften, sie alle wollen Miquela!

Große Designer wie Calvin Klein nutzen Lil Miquelas Berühmtheit für Werbespots. Doch nicht nur in Videos ist das Model zu sehen, Zeitschriften wie die Vogue oder

Elle versuchen in den Trend der virtuellen Models mit einzusteigen. Im Mai 2019 sorgte Calvin Klein für Schlagzeilen, als er in einem überraschenden Kampagnenvideo Lili Miquela neben dem Supermodel Bella Hadid auftreten lassen hat. Ein Kuss zwischen Bella und Miquela darf natürlich nicht fehlen!

Erfolg durch eine künstliche Person: Erfinder BRUD wird reich

Wie viel verdient die virtuelle Influencerin? Mit ihren knapp 3 Millionen Abonnenten auf Instagram ist sie beliebt für Werbekampagnen großer Modefirmen. Laut den Berechnungen des Sponsored Post Calculators verdient das Model mit jeder bezahlten Kooperation auf Instagram um die 7000 Euro. Damit liegt ihr Einkommen über dem durchschnittlich Verdienst in Deutschland. Ebenfalls ist sie die Top Spitzenkandidatin der digitalen „Bots“, was ihr Einkommen angeht. Innerhalb eines Jahres ergibt sich somit ein Betrag von rund 10 Millionen Euro alleine durch Werbeerlöse.

Model stürmt Modemarkt: Dior, Prada, Gucci & Co.

Nun stellt sich allerdings die Frage, wer von dem Ruhm der virtuellen Influencerin profitiert. Wie viel hat das Model zum jetzigen Zeitpunkt schon erreicht, und mit welchen Brands arbeitete sie schon zusammen? Celebrities wie Paris Hilton sind ebenfalls Fan des Bots. Miquela arbeitet bereits für Dior, Chanel, Prada, Gucci, Alexander McQueen, Porsche, Moschino, Loewe, Maison Margiela, Chrome Hearts, Samsung, Burberry, Jean Paul Gaultier und viel mehr.

Model und Influencerin reicht? Miquela singt

Nicht nur durch Kooperationen mit bekannten Designern, auch durch Miquelas Gesangskarriere sind die Erfinder des Models erfolgreich. 2017 brachte der Avatar ihre erste Single Not Mine heraus. Danach folgten weitere Lieder wie Hate Me, Speak Up oder Money. Mittlerweile haben ihre Musikvideos auf Youtube ganze 4 Millionen Aufrufe erhalten. Ihre Musik kommt sehr gut an und die Sängerin schwimmt in positivem Feedback.

Bruds Methode, Miquela an die Spitze der virtuellen Influencer

Streit und Drama, das ist das, was die Leute sehen wollen! Und genau dies inszenierte Hersteller Brud zwischen virtuellen Models Miquela, Bermuda und Blawko. Nach einem Streit in dem Bermuda Influencerin Miquela beschuldigte keine reale Person zu sein, waren alle Augen auf sie gerichtet. Bermuda löschte sogar einige von Miquelas Bildern und versuchte Follower von ihrer Meinung zu überzeugen. Als Miquela geoutet wurde, hatte sie nicht nur über eine Million mehr Follower auf ihrem Instagram, sondern war auch bei großen Firmen bekannt geworden. Mit dieser Strategie zog das Unternehmen Brud so viel Aufmerksamkeit auf die Influencer, welches sich positiv auf ihre Follower-Anzahl auswirkte. Beziehungen zwischen den einzelnen Influencern ist das Sahnehäubchen Bruds Marketing Strategie. Follower konnten somit dem Liebesleben von Bermuda und Blawkos hinterher eifern, wie bei realen Personen. Trennungen, Versöhnungen und vieles mehr; es gibt nichts, was die virtuellen Influencer noch nicht durchgemacht haben.



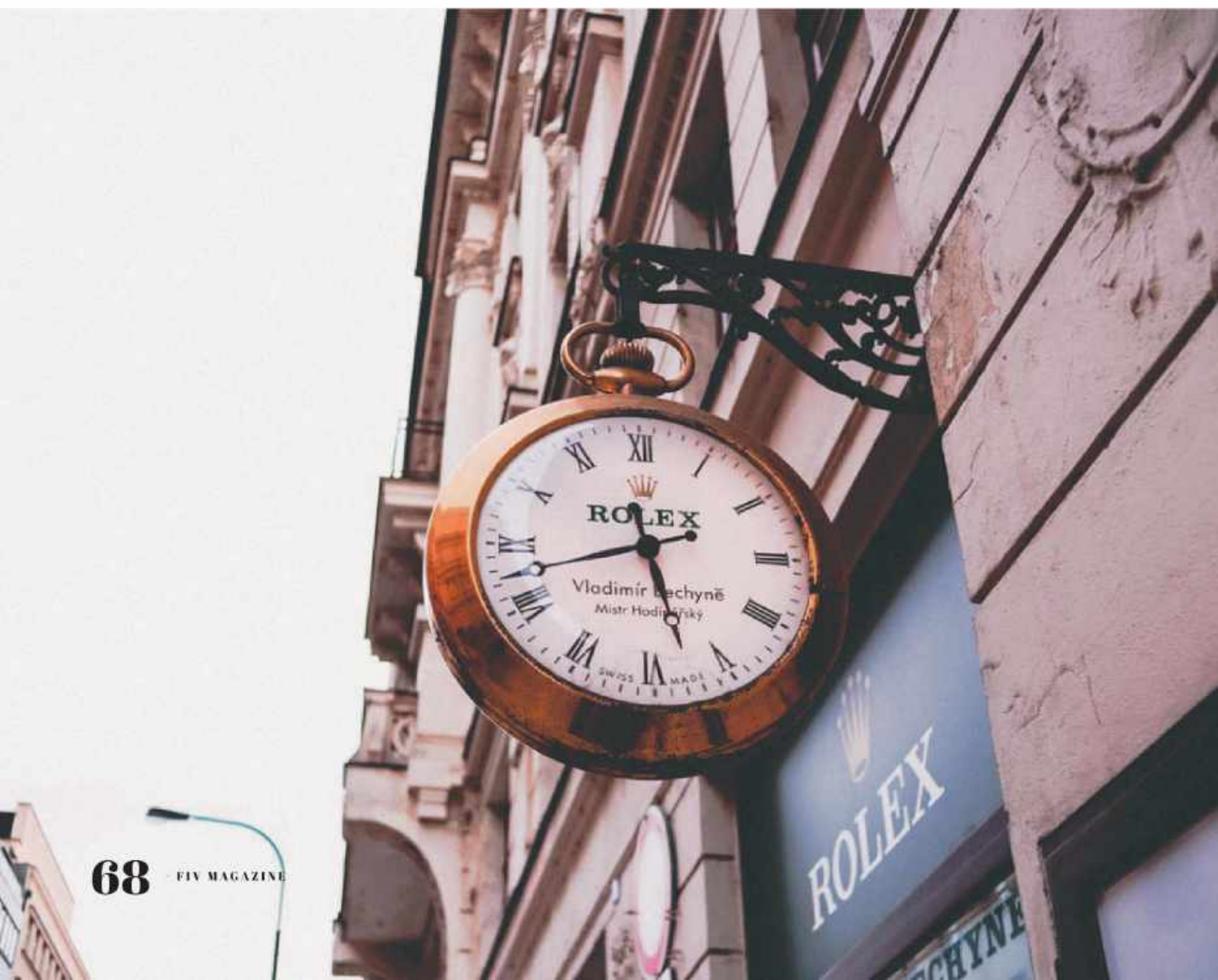
Fotograf
Shahram Azimi
Model
Michelle Fleischer
Agentur
Cocaine Models

Fotograf
Shahram Azimi
Model
Michelle Fleischer
Agentur
Cocaine Models



ROLEX MODELLE

SUBMARINER, DAYTONA & CO.



Viele Uhrenfans kennen die Marke. Hier gibt es verschiedene Modelle in den unterschiedlichsten Varianten. Dabei können Uhren für manche Leute viel mehr sein, als nur eine Möglichkeit zum Zeitablesen. Uhren können nämlich auch Statussymbole sein, wie Autos eben beispielsweise auch. Zeitmanagement, Statussymbol, Wertanlage oder als Accessoire zum Outfit: Die Gründe eines Uhrenkaufs können also sehr verschieden sein. Hier findest du einige Infos zu den Rolex-Modellen Submariner, Daytona, Explorer und noch vielen weiteren. Ebenfalls erfährst du, welche die teuersten Modelle und welche aktuell die neuesten Modelle sind.

Accessoire, Statussymbol & Wertanlage

Uhren kaufen und tragen: Marken wie Rolex, Breitling und Patek Philippe sind zeitlos, klassisch und teuer. Jeder liebt die berühmten Uhren. Nicht nur als Accessoires und Schmuckobjekte lassen sich diese Uhren tragen, sondern sie sind auch Statussymbol und dienen als Wertanlage. Die seltenen Uhren haben je nach Produktionsmenge einen hohen Sammlerwert und lassen sich nach Jahren teurer verkaufen. Es gibt also verschiedene Gründe, wieso manche Leute sich eine Uhr kaufen. Zum tragen oder als Kapitalanlage – die Möglichkeiten sind sehr verschieden.

Submariner: Beliebtes Modell

Rolex brachte im Jahre 1953 die erste Rolex Submariner auf den Markt. Die Uhr wurde als Taucheruhr für Sportler designt und ist seitdem eine Uhrenikone geworden. Eleganz und Sportlichkeit: Das ist das Markenzeichen der Submariner. Das erste Modell der Rolex Submariner 16613 ist charakterisiert mit einem blauem Zifferblatt und silbernem Gehäuse. Mittlerweile ist die Submariner

eines der beliebtesten und bekanntesten Modelle der Uhrenfirma. 2020 wurden mehrere neue Modelle der Armanduhr herausgebracht, darunter Submariner mit goldenen, schwarzen, grünen und silbernen Akzenten. Verglichen mit anderen Uhren von Rolex gehört die Submariner neben zu den preiswerteren Modellen, mit einem aktuellen Wert, der ab ca. 7.350 Euro startet. Die aktuelle Wartezeit der Rolex Submariner beträgt 3-5 Jahre.

Daytona: Armanduhr mit Motorsport-DNA

Ursprünglich entworfen für Rennfahrer: Neben bestechendem Design und hochwertigen Materialien glänzt die Rolex Daytona auch mit etlichen weiteren Highlights wie dem revolutionären Uhrwerk Kaliber 4130, dem Oysterflex-Armband oder der eigens im Hause Rolex hergestellten Roségold-Legierung. Außerdem verdankt die Rolex Oyster Daytona ihren Namen der Wasserdichte, denn die Modelle sind alle bis zu 100m wasserdicht. Je nach Material und Kombination kann die Rolex Daytona extrem im Preis schwanken. In der Regel bewegen sich die Preise für eine Rolex Daytona zwischen ca. 12.000€ bis 40.000€. Besondere Modelle können die 40.000€ aber bei weitem übersteigen – solche Preise erfährst du dann nur auf Anfrage.



Sky-Dweller

Die Rolex Sky-Dweller ist eines der innovativsten Modelle der Luxusmarke, welches durch 14 Patente geschützt ist. Das Modell der Rolex Oyster-Uhrenserie ist eine Weltreiseuhr, die technische Raffinesse und Benutzerfreundlichkeit vereint. In Sky-Dweller brachte Rolex die beiden beliebtesten Komplikationen zusammen und kombinierte sie mit einem neuen Steuerelement: der drehbaren Ring Command-Lünette. Einerseits bietet das Modell einen Jahreskalender, der sich an der Datumsposition befindet und automatisch zum neuen Monat springt. Andererseits hat es eine zweite Zeitzone. Die neuen Rolex Armbanduhren sind ausschließlich bei offiziellen Fachhändlern erhältlich. Diese werden regelmäßig beliefert und entscheiden unabhängig, an welchen Kunden sie welche Uhr verkaufen. Die aktuelle Wartezeit beträgt bis zu drei Jahre. Der Preis liegt ca. bei 34.000 Euro.

Sea-Dweller

Was zugleich praktisch und stylisch ist: Die Indizes des Modells können bei Nacht leuchten. Somit kann man in der Tiefe des Ozeans noch die Uhrzeit ablesen. Mit einem schnellen Blick auf die Uhr lässt sich ebenfalls in Erfahrung bringen, welches Datum heute, also der wievielte Tag es ist. Die Lünette des Modells Sea-Dweller hat eine 60-Minuten-Gradierung. Somit kann der Taucher nicht nur Tauchzeiten, sondern auch Dekompressionszeiten an der Uhr erkennen. Das Armband der Uhr besteht aus drei Reihen in zwei verschiedenen Tönen, nämlich aus Gelbgold und Edelstahl Oystersteel. Edelstahl Oystersteel wurde von Rolex erstellt. Das sogenannte „Rolesor Gelb“ ist ebenfalls typisch für Rolex, daran erkennt man die Marke. Aktuell liegt der Preis bei etwa 13.000 Euro.

GMT-Master: Kosmopolitische Uhr

Beim Originalmodell von 1955 war die 24-Stunden-Zahlenscheibe der Lünette in zwei Hälften geteilt – die eine, rot, entsprach den Tagesstunden, die andere, blau, den

Explorer: Für Entdecker & Forscher

Die Modelle der Rolex Explorer Kollektion gehen aus der enge Verbindung des Unternehmens zur Erforschung und Entdeckung der Welt hervor. Am Handgelenk von Pionieren sind die Uhren der perfekt Begleiter für Gegenden, in die sich nur wenige Menschen wagen. Die reale Welt dient als Testgelände für diese Armbanduhren indem sie viele Jahre lang Berg-, Polar- und Höhlenforschungsexpeditionen ausstattete. Kühne Forscher, Bergsteiger und Wissenschaftler testen die Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit der Explorer Uhren und stellen sie auf Probe. Trotz des schlichten Designs bestechen die Uhren durch ein sehr gut ablesbares schwarzes Zifferblatt mit großen Indizes sowie den für das Modell typischen Ziffern 3, 6 und 9. Selbst in der Nacht oder an lichtlosen Orten ist auf die Explorer Verlass. Die Explorer bewegt sich in einem Preissegment zwischen 5.900 Euro und 7.600 Euro.

Nachtstunden. Im Laufe der Zeit präsentierte sich die Ziffernplatte in verschiedenen Farbkombinationen. Anfangs bestand sie aus Plexiglas. Sie wurde 1959 durch eine Scheibe aus anodisiertem Aluminium ersetzt. 2005 wurde dann die Ziffernplatte aus Hightech-Keramik eingeführt. Die 1955 eingeführte GMT-Master – ursprünglich als Navigationshilfe für Piloten konzipiert, die beruflich um die Welt reisen – wurde entworfen, um die Zeit in zwei verschiedenen Zeitzonen gleichzeitig anzuzeigen. Die in der Tradition des Originalmodells stehende GMT-Master II wurde erstmals 1982 präsentiert und ist auf ein breiteres Publikum ausgerichtet. Mit einem neuen Uhrwerk, das für mehr Bedienkomfort sorgt, sowie mit ihrer verbesserten Funktionalität, Robustheit und markanten Ästhetik erfreut sich diese Armbanduhr bei vielen Weltreisenden immer größerer Beliebtheit. Ihr Preis liegt bei etwa 35.000 Euro.

Datejust

Das Modell Datejust ist der Archetyp der klassischen Armbanduhr und steht für zeitlose Ästhetik und Funktionalität. 1945 kam die Datejust das erste Mal auf den Markt und gilt bis heute als Innovation der Zeit. Die Uhr-

werke der neuen Generationen sind die Kaliber 2236 und 3235 und stehen für fundamentale Fortschritte in Sachen Präzision, Gangreserve, Stoßfestigkeit, Unempfindlichkeit gegenüber Magnetfeldern, Bedienkomfort und Zuverlässigkeit. Der Preis liegt bei ca. 15.000 Euro.

Daydate

Wer gerne mit einem Blick auf die Uhr nicht nur erfahren möchte, wie spät es ist, sondern sich auch noch mal vergewissern möchte, der wievielte Tag heute ist, der könnte bei den aktuellen Modellen der Rolex Day-Date fündig werden. Ob Platin, Gelbgold oder Weißgold: Die Modelle gibt es in verschiedenen Materialien. Auch die Zifferblätter gibt es in verschiedenen Varianten wie beispielsweise in Blautönen oder grün. Doch wie unterscheidet sich die Day-Date von der Datejust von Rolex? Die neuen Uhren der Datejust Kollektion fangen preislich aktuell bei 7.100 Euro an und enden bei 19.500 Euro. Die neuen Modelle der Day-Date Kollektionen fangen im Gegensatz dazu bei 32.950 Euro, wobei bei einem Modell der Preis online nicht angegeben ist. Ebenfalls gibt es zum Beispiel noch Unterschiede bei den Farben der Zifferblätter.





BREITLING UHREN

CHRONOMAT, NAVITIMER,
SUPEROCEAN & CO.

Rolex, Patek Philippe oder Cartier – viele Uhrenliebhaber kennen die großen Marken. Zu diesen gehört genau so die Brand Breitling. Dabei können Uhren das Outfit aufwerten, im Alltag selbst nützlich sein – damit man die Zeit immer im Blick hat - aber genau so können sie eine eigene Geschichte erzählen. Bei Breitling gibt es viele verschiedene Kollektionen wie die Navitimer, die Chronomat oder die Superocean. Aber welche Materialien werden bei den Uhren von Breitling verwendet? Wie viel kosten die Uhren der Marke? Wer sich für die Kollektionen und deren Modelle interessiert, der kann hier nun weiterlesen.

Chronomat: Herren- & Damenuhren

Die Chronomat von Breitling: Diese Kollektion gibt es bereits seit Mitte der 1980er Jahre. Damals wurde das Unternehmen Breitling 100 Jahre alt. Egal ob für Männer oder Frauen, die Uhren der Chronomat-Kollektion gibt es heutzutage in vielen verschiedenen Varianten. Ob in 18 karätigen Rotgold oder Edelstahl. Genau so unterschiedlich sind die Zifferblätter des Modells, diese gibt es unter anderen in blau oder schwarz. Die Lünette besitzt vier Reiter. Ebenfalls interessant zu wissen: Die Gehäuse der aktuellen Modelle sind wasserdicht, und das bis zu 200 Metern. Die Uhren der Kollektion sind nicht nur mit einem Stunden- und Minutenzeiger ausgestattet, es gibt auch einen Sekundenzeiger. Die Preise der Modelle aus der aktuellen Chronomat-Kollektion befinden sich momentan zwischen 7.700 Euro und 18.500 Euro.

Avenger

Du bist gerne unterwegs und immer auf der Suche nach neuen Herausforderungen? Dann könnten die Uhren

der Avenger Kollektion von Breitling etwas für dich sein. Wenn du unterwegs Handschuhe anhasst, dann kannst du trotzdem die Uhr einstellen. Übst du ein Hobby oder einen Beruf, bei dem du den Boden verlässt und es ab in die Lüfte geht, dann kann diese Uhr dir dabei ebenfalls ein Begleiter sein. Auch interessant: Verreist du gerne oder möchtest eine andere Zeitzone im Blick haben, dann geht das auch mit den einigen Uhrenmodellen der Avenger Kollektion. Hierbei gibt es nämlich einen extra Zeiger, der dir das ermöglichen kann. Aktuell besitzt die Kollektion 16 Uhren, die sich auch optisch und von den Materialien untereinander unterscheiden können. Dabei gibt es Zifferblätter in Farben wie gelb, blau oder grün. Wer gerne eine Edelstahluhr bevorzugt, kann hier auch fündig werden. Ansonsten gibt es noch Uhrenmodelle in Titan plus eine DLC-Beschichtung.

Professional

Ob man es eher schlicht oder auffällig mag, die Uhrenmodelle gibt es in verschiedenen Ausführungen. Vom blauen Uhrenarmband bis hin zu gelb oder blau: Es wird bunt. Die Uhren sind für Damen und Herren konzipiert und haben



ein sportliches Design. Dabei haben meisten Uhren der aktuellen Kollektion ein schwarzes Zifferblatt, ebenfalls gibt es ein Uhrenmodelle mit einem blauen Zifferblatt. Ebenfalls haben die Uhren verschiedene Materialien. Die Modelle der aktuellen Kollektion befinden sich preislich momentan zwischen 2.820 Euro und 16.360 Euro.

Navitimer

Die Kollektion Navitimer besteht schon seit einigen Jahren. Aktuell gibt es sechs neue Uhrenmodelle in der Kollektion. Die Auswahl der Kollektion ist auf jeden Fall groß: Aktuell gibt es 43 Uhren in der Navitimer Kollektion. Und auch die einzelnen Modelle der Navitimer sind optisch unterschiedlich und sind aus verschiedenen Materialien. Ob eine Uhr mit einer Perlenlunette oder eine Lunette, die sich drehen kann. Ein schwarzes, blaues oder braunes Armband, die Auswahl ist groß. Auch die Zifferblätter gibt es in verschiedenen Varianten wie blau, schwarz oder silber. Wer es mag, bei Uhren einen Sekundenzeiger zu haben, der kann bei Breitling auch fündig werden.

Superocean

Die Superocean Kollektion von Breitling umfasst Uhrenmodelle, die für Leute konzipiert wurden, die sich im Wasser aufhalten. Ob beruflich oder privat können Taucher mit den Uhren der Superocean Kollektion die Ozeane erkunden. Aktuelle besteht die Kollektion aus 18 verschiedenen Uhren. Dabei gibt es optische Unterschiede der Designs, die Materialien der Uhren variieren allerdings ebenfalls. Somit gibt es Modelle mit zum Beispiel gelben, orangenen, blauen oder weißen Zifferblätter.

Die Uhren gibt es dann in Edelstahl, teilweise auch mit einer DLC-Beschichtung oder in Titan, teilweise auch mit dieser Beschichtung. Die aktuellen Modelle der Superocean Kollektion von Breitling liegen preislich momentan zwischen 3.400 Euro und 5.750 Euro.

Superocean Heritage

Taucher aufgepasst: Die Modelle der Superocean Heritage Kollektion von Breitling gibt es in verschiedenen Designs. Dabei sind die Gehäuse der aktuellen Kollektion mindestens bis 100 Meter wasserdicht, wobei einige auch bis zu 200 Metern Tiefe stand halten sollen. Die Kollektion gibt es allerdings nicht erst seit gestern, sondern bereits seit über 60 Jahren. 24 Uhrenmodelle besitzt die aktuelle Superocean Heritage Kollektion von Breitling. Preislich fangen die Uhren dabei aktuell bei 4.000 Euro an und gehen bis 7.500 Euro.

Premier

Die Uhren der Premier Kollektion wurden für die Benutzung im Alltag konzipiert. Dabei sollte allerdings eins nicht fehlen: die Eleganz der Uhren. Die aktuelle Premier Kollektion von Breitling besteht aus 21 Modellen und gibt es in verschiedenen Ausführungen. Dabei gibt es Zifferblätter in unterschiedlichen Farben wie grün, schwarz, blau oder silber. Auch die Materialien der Uhren der Premier Kollektion sind verschieden: Dabei gibt es Modelle in Edelstahl oder in Rotgold mit 18 Karat. Die Armbänder variieren ebenfalls: Diese gibt es zum Beispiel in Farben wie grün, braun oder schwarz. Bei der Premier Kollektion sind auch Kooperationen mit anderen Brands zustande gekommen.

Aviator 8

Bei der aktuellen Aviator 8 Kollektion von Breitling gibt es 20 verschiedene Uhrenmodelle. Und auch in dieser Kollektion variieren die Designs der Uhren sehr voneinander. Dabei gibt es Zifferblätter in zum Beispiel blau, bronze, grün oder schwarz. Auch die Armbänder gibt es beispielsweise in Farben wie braun, blau oder grün. Materialvielfalt gibt es ebenfalls: Ob eine Uhr in Edelstahl, Rotgold in 18 Karat oder spezielle Ausführungen in Platin. Auch Fans von drehbaren Lunetten können in der Aviator 8 Kollektion fündig werden.



FIV

*Fashion
Interview*

Herausgegeben von
CXM XO Media Group
Stephan M. Czaja

Autoren

Carina Koch
Elisa Becker
Ronja Heinzl
Therese Bludau
Veronika Perepelitska
Dilara Bozkurt

Interview Gäste

Sarina Nowak
Kasia Lenhardt
Anna Christina Schwartz
Louisa Mazzurana

Design Editor
Carina Koch

Bildmaterial
Shahram Azimi
Philipp Gladsome
Pixabay
Unsplash
Fab4Media
Rolex
Cocaine Models



