

EVERYTHING BUT THE DRESS

Kurt Geiger und seine Kooperation mit
Supermodel Karlie Kloss



VON SANDY STRASSER

Oft Vintage, individuell und mit sehr viel britischer Coolness getragen: Londoner Mode ist immer ein Hingucker. Kein Wunder, gilt die britische Hauptstadt doch als eine der Trendmetropolen. Hier tummeln sich Fashionlabels wie Burberry, Cartier, Escada, Gucci, Louis Vuitton und Prada. Auch das Traditionshaus Kurt Geiger mit seinen vielen Designer Brands ist seit Jahrzehnten fest mit der Stadt verwurzelt.

Kurt Geiger eröffnete im Jahr 1963 sein erstes Geschäft auf der Bond Street in London, der Modehauptstadt Großbritanniens. Seit den 1960er-Jahren hat sich das Unternehmen ständig weiterentwickelt, um die heiß begehrten Schuhe und Accessoires herzustellen, die eine so einzigartige Stellung im Markt einnehmen, die Anspruch und Erschwinglichkeit miteinander verbinden. Die Kreativdirektorin Rebecca Farrar-Hockley und ihr auf Schuhe und Accessoires spezialisiertes Designerteam schaffen die kreative Vision der Marke, die ihre Zentrale heute auf der Britton Street in London hat. Das Kurt Geiger Design-Studio entwirft unverwechselbare Produktkreationen für jedes Label. Das reicht von italienischem handwerklichen Können, innovativen Materialien, charakteristischen Sandalen und rasiermesserscharfen Stiletto bei Kurt Geiger London oder coolen Schuhen im Londoner Stil bei KG Kurt Geiger bis hin zu den Mode As und Os zu erschwinglichen Preisen bei Miss KG und anspruchsvollen Schuhen und Must-haves für jeden Tag, welche das einzigartige Markenzeichen der Marke Carvela sind. 2011 gründete das Unternehmen „Everything But the Dress“. Diese Marke steht für eine Kollektion auffälliger Accessoires, die den avantgardistischen Charakter der Hauptstadt mit Qualität und Erschwinglichkeit vereinen. Styling im Stil der Weltstadt London steht im Mittelpunkt der Marke Kurt Geiger. Das Unternehmen ist beim Thema Designerschuhe und Accessoires für Frauen und Männer eine Autorität und verfügt heute über mehr als 80 Geschäfte, eine globale digitale Präsenz und mehr als 240 Konzessionen in den größten und renommiertesten Kaufhäusern.

Und weil das Haus in Sachen Marketing den Finger stets am Puls der Zeit hat, hat es vor einigen Wochen seine neueste Kampagne gestartet, in deren Mittelpunkt eines der derzeit angesagtesten Models: Karlie Kloss. Die neue Kollektion ist energiegeladener und sehr sportlich, aber nichtsdestotrotz luxuriös – die Mode lässt hier effektiv ihre Muskeln spielen. Taschen und Schuhe sind nicht länger einfach nur sportlich, sie begleiten uns immer und überall. Flexible Materialien und leichte Schwimmmode, Sportsandalen, Ledersneaker in dezentem Schlangendesign und witzige flache Plateauschuhe sind die ideale Mode für unterwegs. Kreativdirektorin Rebecca Farrar-Hockley beschreibt es so: „Modische Sneaker und Rucksäcke sind zu Klassikern in jedem Kleiderschrank geworden, aber in der aktuellen Saison werden die Grenzen zwischen Sport und Mode stärker verwischt als je zuvor. Stark, energetisch und lebendig. Die Kampagne dreht sich um Mode fürs echte Leben.“ Karlie Kloss sagte über die neue Linie: „Ich fand es toll, Teil der Kurt Geiger Frühling/Sommer-Kampagne zu sein. Ich war schon immer ein Fan dieser Kultmarke. Sie ist nicht nur perfekt für den roten Teppich, sondern jetzt auch als Mode für jeden Tag. Für den Weg vom Fitnessstudio zur Arbeit und für alles andere, was der Tag bringt.“

www.kurtgeiger.com

