

Issue 03 / Summer 10

Merc

So, so British!

Text: Lydia Heckl

Wenn es ein Label gibt, das zur richtigen Zeit am richtigen Ort war, dann wohl Merc. Das britische Fashionbrand erblickte das Licht der Welt in den legendären Swinging Sixties und siedelte sich in Londons Mekka für Mode, Popkultur und Jugendbewegungen an – der Carnaby Street. Über die Jahre hinweg prägten Mods, Skinheads, Punks und Rudeboys den Stil von Merc und rückten ganz nebenbei den spießig-angestaubten Begriff Herrenausstatter gerade. Und obwohl die Musiklandschaft in den letzten Dekaden immer facettenreicher wurde, zollen die Briten noch heute mit klassischen Anzügen, Polos, Hemden, Cardigans und Parkas Bands wie The Beatles, The Rolling Stones oder The Who Tribut.



Neben Qualität und echtem englischen Stilbewusstsein punktet man vor allem durch eine vorbildhafte Firmenphilosophie, denn Gründer Javid Alavi legt besonderen Wert auf die Zusammenarbeit mit langjährigen, treuen Angestellten. Mit Erfolg: Heute ist Merc in 45 Ländern auf der ganzen Welt präsent, nach Deutschland schwappte die Welle allerdings erst Ende 2009 über. Seit letztem November sorgt die Düsseldorfer Vertriebsagentur Burning Business Distribution hierzulande dafür, dass die schicke Casualwear vor allem in Independent-Multibrand-Läden wie Mischwaren in Düsseldorf, Wohngemeinschaft in Essen, British Empire in Nürnberg sowie Frontplay, Vampyr Deluxe und Depot 2 in Berlin erhältlich ist. Bei Retailern und Endverbrauchern immer beliebter: die kultige Merc-Figurserie, die vom Mod über Skin bis hin zum Britpopper die verschiedenen Musikszenen karikiert und mehr und mehr echten Sammlerwert genießt. Für die nahe Zukunft steht bei Merc erst mal der Launch der neuen Frauenlinie an, die ab Winter 2010 über die Ladentheken wandern soll. Was zum Sommer 2011 auf dem Programm steht, darüber hüllt man sich noch in geheimnisvolles Schweigen. Clean und sleek und aufs Wesentliche reduziert werden die Styles sein, soviel ist sicher. Oder um es in den Worten von Merc auszudrücken: „Style never fades. The Merc look is sleek, sharp and stylish. Constantly changing but unmistakably Merc.“

www.merc.com

Iuter



Faster! Harder! Iuter!

Text: Andreas Grüter

Who? What? Iuter? Schnapp Dir ruhig Dein Deutsch-Italienisch-Wörterbuch, aber finden wirst Du dennoch nichts! Das 2002 in Mailand von einem Haufen Snowboard-Kids gegründete Label, dessen Name auf einen für Außenstehende kaum erklärbaren Insiderwitz zurückgeht, ist anno 2010 endgültig seinen Graph-Shirts-only-Kinderschuhentwachsen. So präsentiert man nach einigen eher zaghaft umgesetzten Sweater- und Hosenprojekten zur Sommersaison 2011 erstmals eine komplette 70teilige Kollektion, die neben Tees auch ein umfangreiches Programm an Reversible-Sweatern, Jacken, Windbreakern, Denims und Shorts umfasst. Wem jetzt vorschnell das böse „Aha, wohl erwachsen geworden, was!“-Vorurteil durch die Gehirnwindungen schießt, dem sei versichert, dass die für ihre ausufernden Partyexzesse berühmten Italiener nach wie vor weder auf extrovertierte Farbspielereien noch auf experimentelle Kollaborationen verzichten. Neben den Arbeiten diverser europäischer Art-Buddies sind diesmal unter anderem auch Entwürfe der umtriebigen japanischen Kunstfront-Kämpfer Mahk und Shohei mit am Start. Wer dennoch partout auf ein dezenteres Styling pocht, wird beim zwar noch jungen, aber bereits für seine feinsinnigen Schnitte und hochwertigen Stoffe bekannten, Schwesterlabel UpperCut fündig. Bisher sind beide Brands lediglich in Italien, Japan, der Schweiz sowie einigen ausgewählten Stores in Resteuropa erhältlich.

www.iuter.com

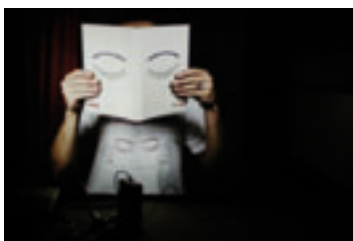
éveil

The secret shirt society

Text: Andreas Grüter

Éveil wird ‚eweij‘ ausgesprochen und bedeutet auf deutsch soviel wie „aufwachen“, „erwachen“. Darüber hinaus steht éveil für einen aufgeweckten, neugierigen Charakter und ist nicht zuletzt seit 1998 der Name eines Kölner Streetwearlabels.

Wobei „Streetwear“ den 1-Personen „Kunst vs. Textil“-Haushalt von Gründer Markus Buddenbrock sicherlich nur sehr unzulänglich beschreibt. Der 36jährige mit Skateboard-Background lässt mit handbedruckten Shirts aus der eigenen Siebdruckmaschine das klassische DIY-Gefühl der frühen Pionierjahre des Genres aufleben.



Andererseits verlässt er den eingeschlagenen Pfad aber auch gern wieder, um sich umfassenden art-only-Projekten zu widmen, die bereits in diversen Ausstellungen dokumentiert wurden. Jüngstes Beispiel der éveil Crossover-Taktik sind neben Kollabos mit Stefan Marx, Vincent Gootzen und Christian Roth die Zusammenarbeit mit dem Berliner Künstler, Musiker und „Haute Areal Records“-Head Honcho Fred Rapid. Der veröffentlichte seine erste Single statt als Vinyl oder CD im doppelt gelabelten T-Shirtformat mit Download-Code und éveil steuerte zum aktuellen Artbook-meets-Download Album ‚Glassworks‘ eine Grafik bei. Für den Sommer stehen neben neuen Baumwolltaschen, Kissen und Re-Releases einiger alter Klassiker gemeinsame Arbeiten mit den beiden Hamburgern Künstlern und Grafikern Heiko Müller und Sölve Hartkopf an. Darüber hinaus ist die Zukunft, wie immer, ungeschrieben!

www.eveil.de

Shisha



Smoke on the water

Text: Lydia Heckl

Drei Jungs, die gemeinsame Leidenschaft für's Surfen und ein paar Kapuzenpullis – so der Status um Shisha im Jahr 2004. Mittlerweile hat sich das sympathische Label aus Kiel um Christoph und Johann Schwarz sowie Kai Rautenberg zum umtriebigen Streetwearbrand gemausert, das zudem mit dem Ease Club seit Oktober 2008 auch die Kieler Clubbing-Szene kräftig aufmischt. Trotz Nachtleben-Aktivitäten bleibt die Intention des Labels allerdings klar: Wellenreiten, die Seele baumeln lassen und ganz nebenbei noch schicke Wohlfühlklamotten liefern! Im Zentrum der Kollektion stehen kuschelige Hoodies mit oder ohne Zip, die weniger durch ausufernde Grafik-Experimente, sondern viel mehr durch feinsinnige Schnittführung und erstklassige Qualitäten überzeugen. Im Sommer 2011 wird die Linie weiter ausgebaut: für Mädchen kommen neben den bewährten Basics auch feminine Kleidchen, Tuniken und Röcke hinzu – mal basic, mal kariert, mal floral interpretiert, aber wie gehabt, immer schön sporty. Bei den Jungs feiern Hemden, teils mit Kapuze, Premiere, während Lightjackets und Cardigans das Angebot ergänzen. Mit einem gut funktionierenden Vertriebsnetz ist Shisha mittlerweile in ganz Deutschland aufgestellt, wobei man es sich natürlich nicht nehmen lässt, den Norden weiterhin selbst zu rocken.

www.shishabrand.com

Pyromaniac

Arts on Fire

Text: Nada Carls

Die Heidelberger Kian Gerowgan, Markus Joos und Pablo Fontanier fackeln nicht lange: seit 2005 vereint das Trio mit seinem Label Pyromaniac Clothing Streetwear mit großen Namen aus der Streetart- und Graffiti-Szene. Während bei den meisten Labels im Straßensegment Collabs hie und da als Besonderheit gefeiert werden, gehören Gastaufritte bei Pyromaniac fest zum Konzept. Jede neu erscheinende Kollektion wird mit Künstlern oder Crews gemeinsam gestaltet und die Liste der bisherigen Partner ist lang wie imposant: Can2, Banos, Smash, Scotty76, Kaneone, Stohead, Superblast, Satone, Disturbanity, Toast, I Are Ugly sind nur einige der renommierten Künstler. Aber auch mit Reim-Pionieren der deutschen HipHop-Szene wie Toni L und Too Strong, oder Breakdance-Crews und Tänzern wie Physical Funk und Bubble Zoo arbeitet man gern zusammen.

Auf der Sommer Bright 2010 präsentieren Pyromaniac erstmalig ihre Zusammenarbeit mit der deutsch-koreanischen Malercrew „Seoulmates“ und zeigen Jacken, Windbreaker, Hoodies, Zipper, Shorts, und T-Shirts für die kommende, heiße Jahreszeit. Für korrekten Graffiti-Input und Freunde kreativer Feuerbeutel einfach mal auf eine Stippvisite bei den Pyros vorbeischaun!

www.pyromaniac-clothing.com
www.seoulmates.de

