

SLINK

Das Fashionlabel **Slink** aus Los Angeles erhält für seine Mode viel positives Feedback, denn es bedient einen der vielversprechendsten Nischenmärkte der Branche: Die Marke schneidert für kurvige Frauen, die ihre Attraktivität gern unterstreichen, statt sie zu verstecken. Seit der offiziellen Gründung im November 2015 wurde Slink sowohl von Bayern führender Stores als auch von der Presse aufgrund der positiven Einstellung (der Name steht für Sexy, Lovable, Intelligent, Noticeable, Kind) sowie der Qualität der Produkte sehr gut angenommen. Das Genie hinter Slink ist Albert Dahan, der bereits am Erfolg vieler anderer Brands aus Los Angeles wie Joe's Jeans, Stitch oder Da-Nang beteiligt war. Da Dahan früher schon Mode entwarf, die Stars und Models gern trugen, weiß er genau, was Frauen wollen und wie sie in seinen Modellen umwerfend aussehen lassen kann. Sein Know-how auf kurvige Frauen anzuwenden, die bisher beinahe vollständig von der Modeindustrie vernachlässigt wurden, war für ihn ein logischer Schritt – aber nur wenige Marken sahen das bisher ebenso. Sie schneidern ihre Mode einfach größer, dabei bleibt jedoch die Passform völlig außen vor. Slink arbeitet unablässig daran, Dahans Fachwissen für sich zu verwenden und schmeichelnde Fits in einem Silhouetten-Mix von eng tailliert bis Boyfriend anzubieten. Neben Jeans gibt es auch Tops; Jacken sollen 2016 dazu kommen. Für dieses neue, fortschrittliche Label sehen wir eine große Zukunft.

www.slinkjeans.com

BRAMA

Den Namen **BRAMA**, ein Akronym für Braglia Manufactures, sollten Brancheninsider kennen. Der Firmenhauptsitz der einflussreichen Fashion-Agentur befindet sich in Modena, Italien, und Brama>Showrooms gibt es in Paris, Madrid, Düsseldorf, Kopenhagen und London. Nach vielen Jahren in der Industrie (das Unternehmen wurde 1956 als Strickwarenhersteller gegründet), begann BRAMA 1992 mit der Distribution von Modelabels und wurde schnell zum Key Player in diesem Segment, indem man erfolgreich eine Brücke über den Atlantik von amerikanischen Produzenten zu europäischen Retailern schlug. Auf der imposanten Labelliste der Agentur stehen u. a. J Brand, Equipment, Current/Elliott und James Perse. Der Schlüssel zum Erfolg ist die umsichtige Auswahl der Stores, die sich insgesamt auf mehr als 800 Topboutiquen in Europa, Russland und im Nahen Osten belaufen. Die von BRAMA vertriebenen Denimbrands gehen vorzugsweise nicht an traditionelle Denim-Retailer, sondern an Designerstores wie Antonia und Biffi in Mailand, wo die Labels als ergänzendes Eintrittsprodukt positioniert sind. Das beschert den Stores größeren Umsatz und hebt das Designer-Image. Ferner vertreibt BRAMA keine konkurrierenden Marken, sondern beschränkt sich auf ein kohärentes, fokussiertes Angebot. CEO Renzo Braglia weiß, wie wichtig es ist, auf dem Markt nicht gegen den Strom zu schwimmen. Dabei vertraut er auf sein tiefgehendes Verständnis für die Industrie und sein Wissen darüber, was ein großartiges Produkt und einmalige Dienstleistungen ausmachen. BRAMA arbeitet mit Marken, die monatliche Lieferungen anbieten, also die Geschäfte mit kontinuierlichem Nachschub an neuen Kreationen versorgen, die auch bequem über die BRAMA-App bestellt werden können, was einen professionellen und reibungslosen Service garantiert.

www.bramaspw.it

