

Magazin

SPIEL, SATZ,
SIEG –

Die Erfolgsgeschichte
eines Tennisturniers

SAMOON:
**SEXY KURVEN AUF
DEM VORMARSCH**

THAT'S
IN MY
HANDBAG

Testen Sie, ob Sie
Puristin, Realistin
oder doch eher
eine Überlebens-
künstlerin sind –
*Ihre Handtasche
wird es Ihnen zeigen.*

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

Die GERRY WEBER Gruppe ist in den letzten Jahren zu einem internationalen Mode- und Lifestyle-Unternehmen geworden. Mit unserer Mode und unseren Accessoires kleiden wir nicht nur unsere Kundin von Kopf bis Fuß, sondern vermitteln ihr auch ein ganz besonderes Lebensgefühl.

In unserem GERRY WEBER Magazin wollen wir Ihnen unsere „GERRY WEBER Welt“ ein wenig näher bringen. Auf 48 Seiten zeigen wir Ihnen eine bunte Mischung aus aktuellen Modetrends, Lifestyle und Geschichten rund um Mode und Accessoires. Wir stellen Ihnen einen unserer kreativen Köpfe vor, werfen



Ralf Weber, Vorstandsvorsitzender

einen Blick in die treueste Begleiterin fast jeder Frau und zeigen, dass es Trends für die Ewigkeit gibt. Unsere Designer stellen ihre Lieblingsteile der aktuellen Kollektionen vor, und wir „liken“ Social Media. Glamourös wird es auf den GERRY WEBER OPEN.

Gönnen Sie sich eine Auszeit, und blättern Sie durch unser „GERRY WEBER Magazin“. Testen Sie, ob Sie eher eine Puristin, Realistin oder eine Überlebenskünstlerin sind. Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen.

„Unsere Mode und unsere
Accessoires vermitteln ein
modernes und feminines
Lebensgefühl.“

Ralf Weber, Vorstandsvorsitzender der
GERRY WEBER International AG

INHALT

- 4 **GERRY WEBER**
California dreamin'
- 10 **TAIFUN**
Girls, girls, girls...
- 14 **SAMOON**
Sexy Kurven auf dem
Vormarsch
- 22 **Kreativer Kopf**
Der Mann dahinter
- 26 **That's in my handbag**
Puristin, Realistin oder
Überlebenskünstlerin
- 32 **Ein Evergreen**
Das kleine Schwarze
- 36 **Spiel, Satz, Sieg** –
die Erfolgsgeschichte
eines Tennisturniers

- 38 **Lieblingsteile**
Unsere Wahl für den
Sommer 2015
- 40 **Social Media**
We like!
- 42 **Psssst!**
Coming soon...

IMPRESSUM

Herausgeber:
GERRY WEBER International AG

Redaktion und Kontakt:
GERRY WEBER International AG
Claudia Kellert / Anne Hengelage
Neulehenstraße 8, 33790 Halle / Westfalen
Tel.: +49 (0) 5201 185-0, Fax: +49 (0) 5201 5857

Art-Direction: IR-One AG & Co., Hamburg

Fotos: GERRY WEBER International AG, Avenue
Images, Arzenšek / Photography & Visual Projects, Köln
www.arzensek.com

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:
GERRY WEBER International AG, Halle/Westfalen



4



GERRY WEBER

EIN PERFEKTES DUO:

*transparente Bluse zur locker
fallenden Chino*

5



GERRY WEBER

Unsere Highlights:

METALLISCHE
FARB
TÖNE
SORGEN FÜR
GLAM CHIC



7



GERRY WEBER
EDITION

MUST-HAVE
DES SOMMERS:

der All-Denim-Look mit lockerem

Upgrade durch einen Parka in Erdtönen





9

10





11

TAIFUN

” *Locker, lässig,
feminin: Off-White,
Cream, Wüsten-, Stein-
und Kieselfarben*

“

12





TAIFUN

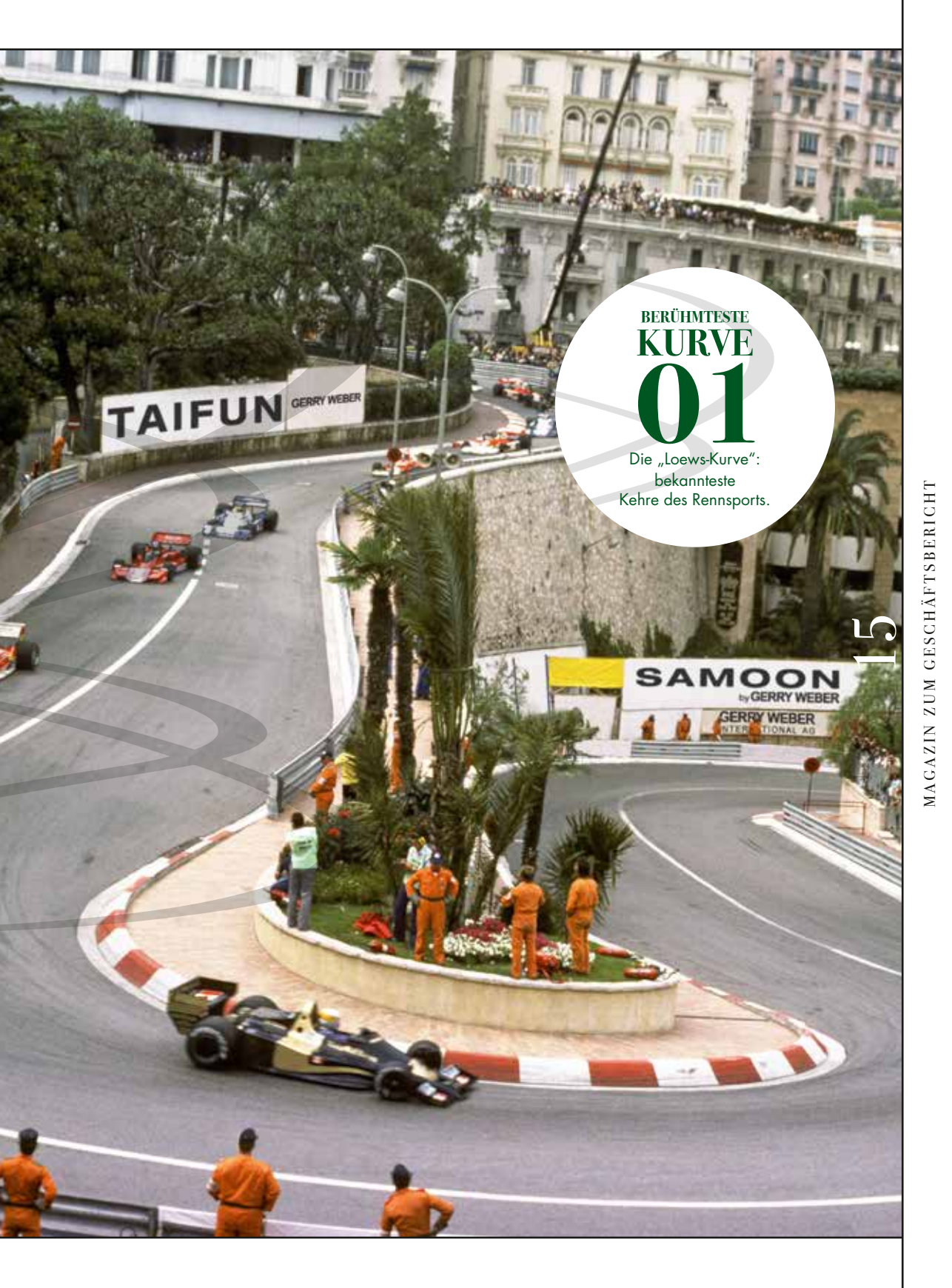
” *Key-Items der Saison:
Oversize-Cardigans in
schmalen Schnitten oder
Loose-Fit Formen*

“



SEXY
KURVEN

Kurven sind geschwungen, Kurven sind rund. Sie begeistern in vielen Formen und aus vielen Blickwinkeln. Sie sind aufregend, sexy, schnell, heiß, mehr oder weniger berühmt und vor allem: Emotion pur!



BERÜHMTESTE
KURVE

01

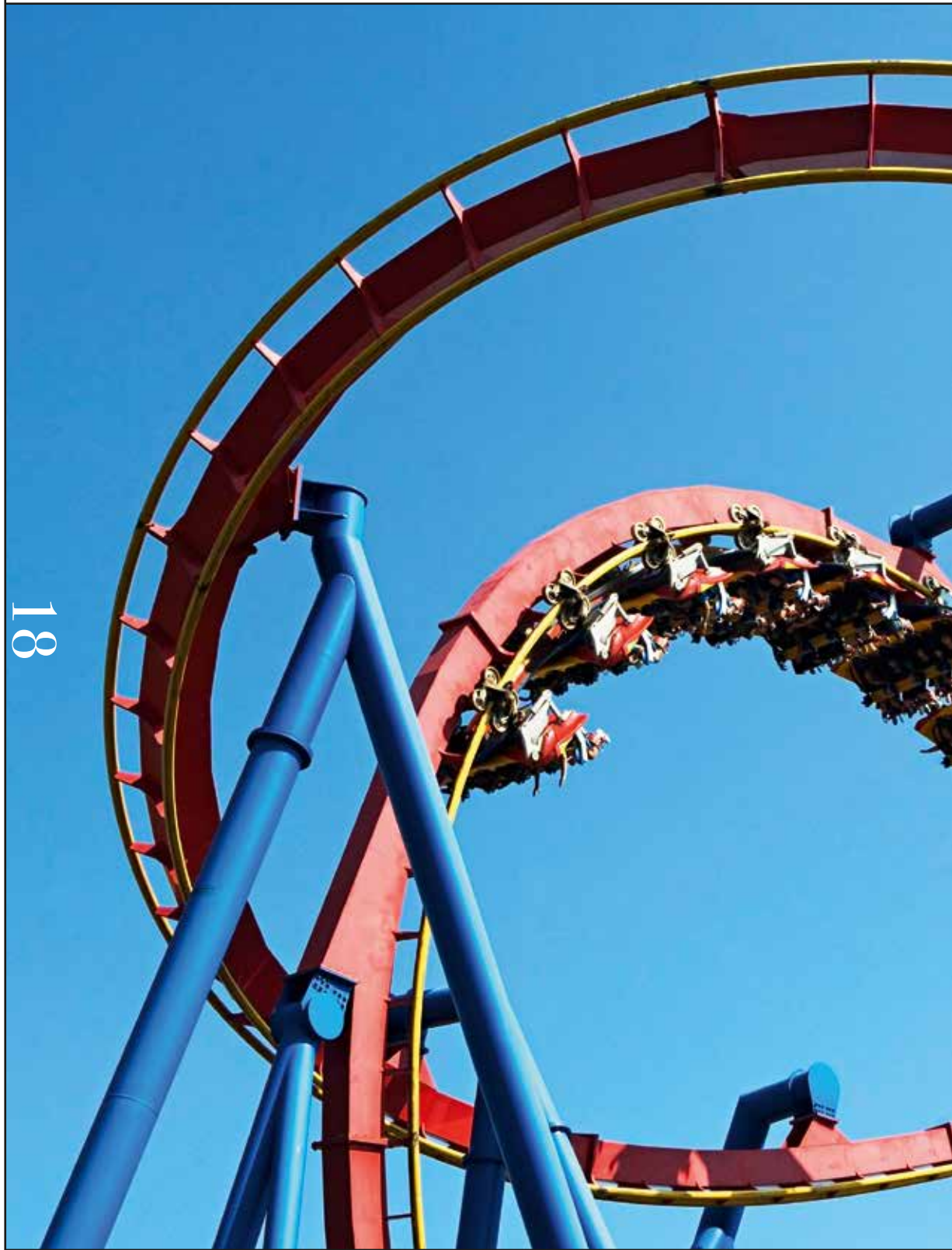
Die „Loews-Kurve“:
bekannteste
Kehre des Rennsports.

15



**HEIßESTE
KURVE
02**

Heißeste Fankurve der Tenniswelt:
Center Court der
GERRY WEBER OPEN





SCHNELLSTE
KURVE

03

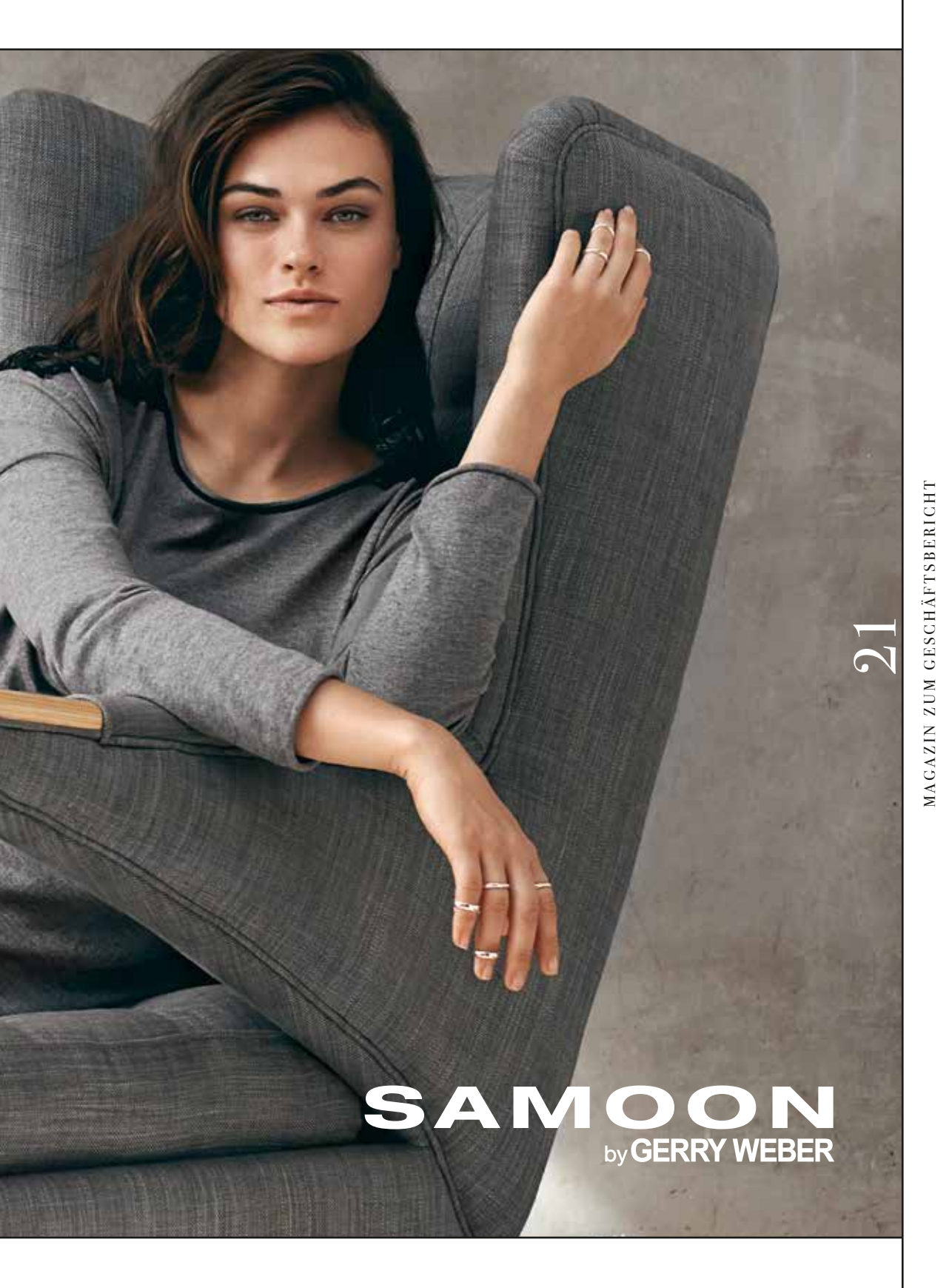
Diese Kurve ist für
echte Helden gemacht!

SCHÖNSTE
KURVE

04

... ist auch die heißeste Kurve
der Modebranche.





21

MAGAZIN ZUM GESCHÄFTSBERICHT

SAMOON
by GERRY WEBER

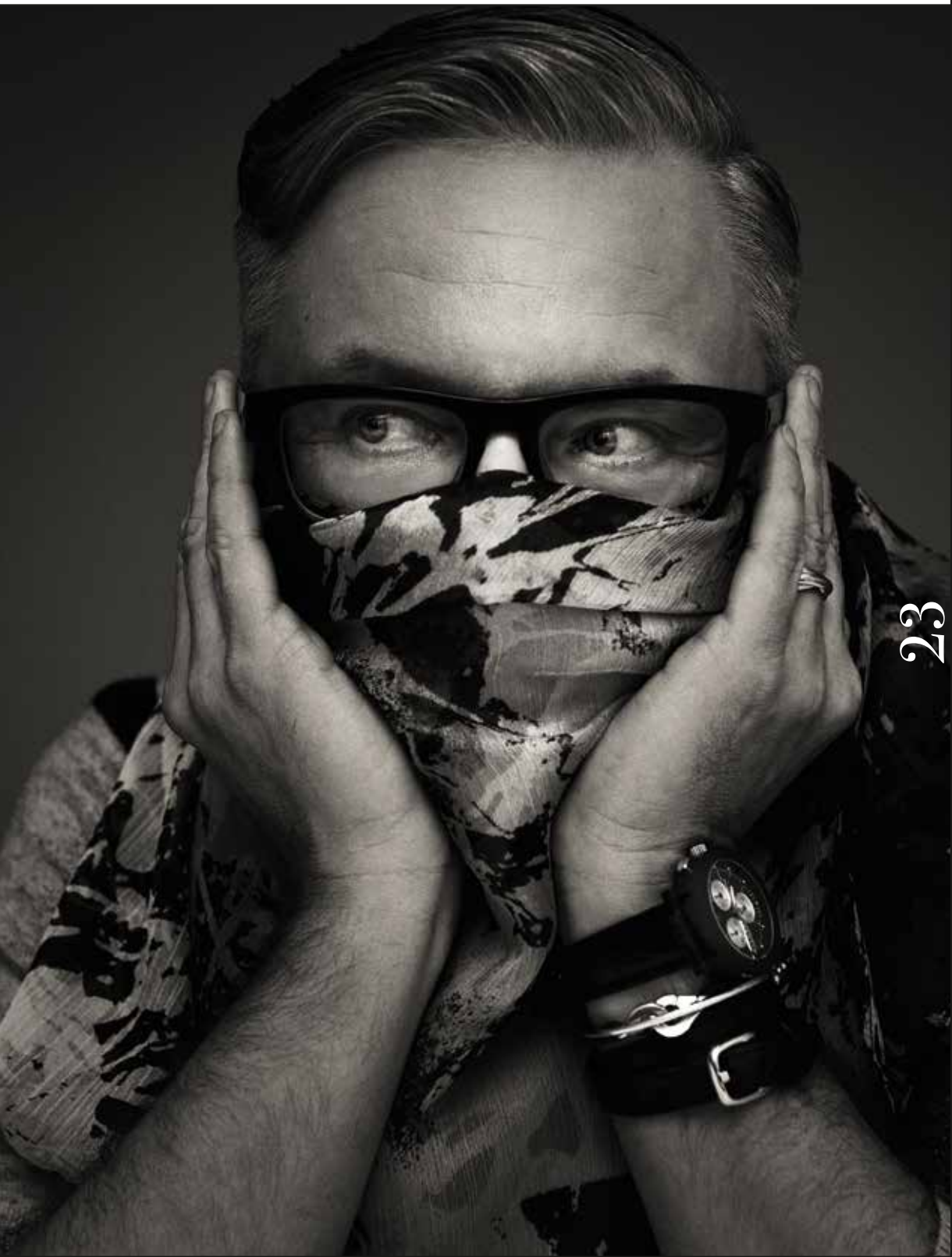
DAHINTER
STECKT
EIN


*Modedesigner sind Alltagskünstler. Ihre Werke sind zeitlos
und tragbar. Am liebsten immer und überall.*

22

KREATIVER
KOPF





A black and white portrait of Rainer Lutzmann, a man with short, dark hair, wearing thick-rimmed black glasses, a dark turtleneck sweater, and a light-colored, textured jacket. He is looking slightly to the left of the camera with a neutral expression. The background is a dark, solid color.

*” Mode ist mehr als nur ein Kleidungsstück.
Durch unsere Kleidung drücken
wir unseren Stil aus. Durch das, was
wir tragen, zeigen wir unsere
momentane Stimmung. “*

Rainer Lutzmann, Head of Design GERRY WEBER

Rainer Lutzmanns Reich wirkt auf den ersten Blick so, wie man es von einem Chefdesigner erwartet. Überall Präsentationswände mit Styles, Ideen, Stoffbahnen und Paletten mit Pantonefarben, die das jeweilige Farbthema widerspiegeln. In der Mitte steht ein riesiger weißer Tisch, auf dem verschiedene Ideen und erste Entwürfe, aber auch fast fertige Modelle ihren Platz finden. Doch das scheinbare „kreative Chaos“ ist strukturiert und klar durchdacht. Die Präsentationswände sind streng nach Kollektion und Thema organisiert. Und auch Rainer Lutzmann selbst strahlt eine freundliche und unaufgeregte Klarheit aus.



Die Kollektionsentwicklung ist immer wieder eine neue Gradwanderung zwischen der Modeaussage, dem individuellen Stil von GERRY WEBER, den aktuellen Trends, aber vor allem den Bedürfnissen der GERRY WEBER Kundin. Für die Marke GERRY WEBER Collection entwickeln Lutzmann und sein Team sechs Kollektionen pro Jahr, die jeweils in drei Themen unterteilt werden. Jedes Thema umfasst 30–35 Einzelteile, die sich zu perfekt aufeinander abgestimmten Looks kombinieren lassen.



Als kreativer Kopf bringt Lutzmann die Arbeit seines Teams aus Designern, Produktmanagern, Bekleidungstechnikern und den Schnittmachern in der Näherei zusammen. Dass dabei fast alle Prototypen in einer hauseigenen Näherei entstehen, ist bei GERRY WEBER sicher eine Besonderheit. Bei der Kollektionsentwicklung geht es nicht nur um Kreativität



und den eigenen Geschmack, sondern darum zu wissen, was bei der Kundin ankommt, welche Trends *en Vogue* sind und mit welchen Materialien und Farben die einzelnen Teile umgesetzt werden können. Dazu bedarf es einer Menge Erfahrung. Rainer Lutzmann hat in seiner Firmengeschichte mit GERRY WEBER schon viel gesehen: 13 Jahre erfolgreiche Kollektionsentwicklung bei GERRY WEBER sprechen für sich.





A close-up photograph of a light-colored, textured handbag. The bag has a metal snap on the left side and a logo in the bottom right corner that reads "GERRY WEBER". The background is dark and out of focus.

That's in my handbag

Handtaschen sind für Frauen wie beste Freundinnen: Ihnen kann man jedes Geheimnis anvertrauen, und zur Not behalten sie auch alles für sich. Männer hingegen empfinden Frauen-Handtaschen eher als schwarze Löcher, die alles aufnehmen und so gut wie nichts wieder herausgeben. Was einmal hineinkommt, bleibt oft für immer verschollen. Eines ist jedoch sicher: Handtaschen sind so individuell wie ihre Trägerinnen.

Die

Puristin

27

zum Beispiel verstaut in ihrer besten Freundin nur die wichtigsten Dinge. Ihre Handtasche ist klein, handlich, und der Inhalt ist überschaubar: aufgeklappt, ein Griff und schon gefunden. Die Puristin hat eine Tasche für jede Gelegenheit und wechselt daher ihre Begleiterin dem Anlass entsprechend.

Etwas komplexer ist das Innenleben bei der

Realistin.

Die Taschengröße spielt bei ihr nur eine untergeordnete Rolle. Hauptsache, alle Dinge des täglichen Bedarfs befinden sich geordnet an der dafür vorgesehenen Stelle. Das Handy im Fach für Mobiltelefone, Taschentücher in der Fronttasche und der Schlüssel direkt neben dem Portemonnaie – nichts wird dem Zufall überlassen.

28







Die Handtasche der

Über- lebens- künstlerin

ist wirklich ihre beste Freundin. Sie nimmt alles in sich auf und ist oft die Retterin in der Not. Die Ausmaße der Handtasche gleichen eher einem Notfallkoffer und sichern immer wieder das Überleben im Großstadtdschungel. Es ist unglaublich, was sich alles in einem solchen „Biotop“ unterbringen lässt: Neben den üblichen Handtaschenutensilien findet man zum Beispiel Augenklappen (man weiß ja nie, wo man ein kleines Nickerchen halten kann), Medikamente (Kopfschmerz und Schnupfen ereilen einen schneller als man glaubt), aber auch so praktische Dinge wie Phasenprüfer (es wird doch ständig umgezogen) oder das gute alte Schweizer Taschenmesser (ein Korkenzieher ist immer Gold wert). Eine Handtasche kann aber auch ein Fundus an Erinnerungen sein. Schauen Sie doch gleich mal rein...

31

Klein, schwarz, unvergänglich – so präsentiert sich das kleine Schwarze ✨. Coco Chanel hat es entworfen, und Audrey Hepburn hat es berühmt gemacht. Seit nahezu 100 Jahren begleitet und bereichert es uns zu fast allen Anlässen der Modewelt, verzaubert Frauenherzen und Männeraugen – und ein Ende des Erfolgs ist längst nicht abzusehen. Schmal geschnitten, maximal knielang und eng mit dem Etuikleid verwandt, wird das kleine Schwarze häufig als Cocktailkleid getragen. Elegant in Verbindung mit High Heels und Cape oder auch leger-provokant mit flachen Sandalen und Bikerjacke zeigt es uns seine einzigartige Vielfältigkeit.

Schwarze, kurze Kleider: Was nach dem Ersten Weltkrieg zunächst als Zeichen der Trauer der jungen Witwen galt, bekam in den 20er und 30er Jahren mit dem zunehmenden Selbstbewusstsein der jungen Frauen einen Hauch von Frivolität. Die „Femme fatale“ trug Schwarz und spaltete die Nation. Nicht umsonst heißt es in Edith Whartons Roman *Zeit der Unschuld*: „Was ist schon von jemandem zu erwarten, dem es erlaubt wurde, schwarzen Satin bei seiner Einführung in die Gesellschaft zu tragen?“

Holly Golightly alias Audrey Hepburn machte in *Breakfast at Tiffany's* (1961) das kleine Schwarze wieder mehr als salonfähig. In einer der wohl schönsten Szenen der Filmgeschichte erleben wir, wie sich ein etwas verschlafenes Mädchen im Pyjama in eine elegante Frau verwandelt: Ein schlichtes schwarzes Kleid, ein Paar Perlenohrringe und ein großer, ausladender Hut. Ihr „Wie sehe ich aus?“ scheint bloße Koketterie. Und genau das wollen wir auch. Dieses gute Gefühl, in der Balance zwischen Eleganz und Sinnlichkeit einfach nur gut auszusehen.

Eins steht fest: Das kleine Schwarze, la petite robe noire, the little black dress, kurz LBD, hat Millionen von Frauen auf der ganzen Welt ein gutes Gefühl gegeben. Audrey Hepburn, Marilyn Monroe, Greta Garbo, Carrie Bradshaw und Victoria Beckham...all diese Frauen nutzten die Raffinesse des kleinen Schwarzen. Mit keinem anderen Kleidungsstück kann frau so sexy, doch gleichsam elegant durch die Nacht tanzen. Denn Mode ist vergänglich – Stil niemals.

 *bleibt!*



Zu welchen Hits
wird hier getanzt?

PAINT

34



TAIFUN

Für Montagsmalerinnen mit Stil



**MAGIC
WOMAN**

TAIFUN

Eine Spitzenleistung ganz
in Schwarz



BIRD

GERRY WEBER EDITION

Den Beatles hätte es gefallen



MAN

IN



TAIFUN

Für die klare Linie



OR

WHITE

GERRY WEBER Collection

In jeder Farbe raffiniert

BACK



TAIFUN

Einfach, zeitlos, elegant

35



36

SPIEL, SATZ, SIEG – die Erfolgsgeschichte eines Tennisturniers

Was vor 25 Jahren als kleines Tennisturnier mitten in der ostwestfälischen Idylle begann, hat sich über die Jahre zu einem der größten Ereignisse in der Welt des Rasentennis entwickelt. Seit diesem Jahr zählen die GERRY WEBER OPEN zur ATP World Tour 500 – ein Ritterschlag mit Perspektive.

Die liebevolle Gestaltung des Programms rund um die GERRY WEBER OPEN begeistert nicht nur eingefleischte Tennis-Fans aus der ganzen Welt, sondern macht das Turnier auch zu einem gesellschaftlichen Ereignis. Die Turnierdirektion fährt seit Jahren eine klare Linie: Hochkarätige Tennis-

stars, spannende Matches und ein vielfältiges Unterhaltungsprogramm mit internationalen Showacts sorgen für ein umfassendes „Tennis-tainment“ mit Star-appeal.

So ist nicht nur die nach dem fünfmaligen Turniersieger benannte Roger-Federer-Allee von den Siegersternen der internationalen Gewinner gesäumt, sondern auch der rote Teppich der Abendveranstaltung im VIP-Bereich. Am Samstagabend vor den Finalspielen zeigen Gäste wie Models auf der GERRY WEBER Modenschau, was sie modisch zu bieten haben und feiern bis in die Morgenstunden.



LIEBLINGS- TEILE

Wir haben diejenigen gefragt,
die es wissen müssen: unsere
Designer. Was sind Ihre Must-haves
für die kommende Saison?

38



SAMOON
by GERRY WEBER



HEIKE DAHLMEIER,
Head of Design SAMOON by GERRY WEBER





GERRY WEBER



RAINER LUTZMANN,
Head of Design GERRY WEBER Collection



TAIFUN



STEFANI GÖTZ,
Head of Design TAIFUN



GERRY WEBER IM SOCIAL WEB



GERRY WEBER

Seit April 2014 ist die GERRY WEBER International AG mit drei Markenprofilen auf Facebook vertreten. Unsere Kunden haben so die Möglichkeit, in den direkten Dialog zu treten. Mehrmals die Woche präsentieren die Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON ihren Fans Styling-Tipps, neue Kollektionen, aktuelle Mode-Trends und Informationen rund um die Marken und laden zum Kommentieren und Liken ein. Die Themen gefallen, und es findet eine rege Interaktion statt.

Im Februar 2015 soll ein internationales, markenübergreifendes Facebook-Profil folgen, um auch die nicht-deutschsprachigen Fans zu erreichen und den Markenauftritt im internationalen Umfeld zu unterstützen. Eine Ausweitung der Social Media-Aktivitäten auf Instagram ist ebenfalls in Planung. Instagram ist eine Social Media Plattform, auf der User mit Hilfe der kostenlosen Smartphone-App Fotos und Videos erstellen, bearbeiten und mit der Community teilen können.

INFO

15.050 „Gefällt mir“ Angaben

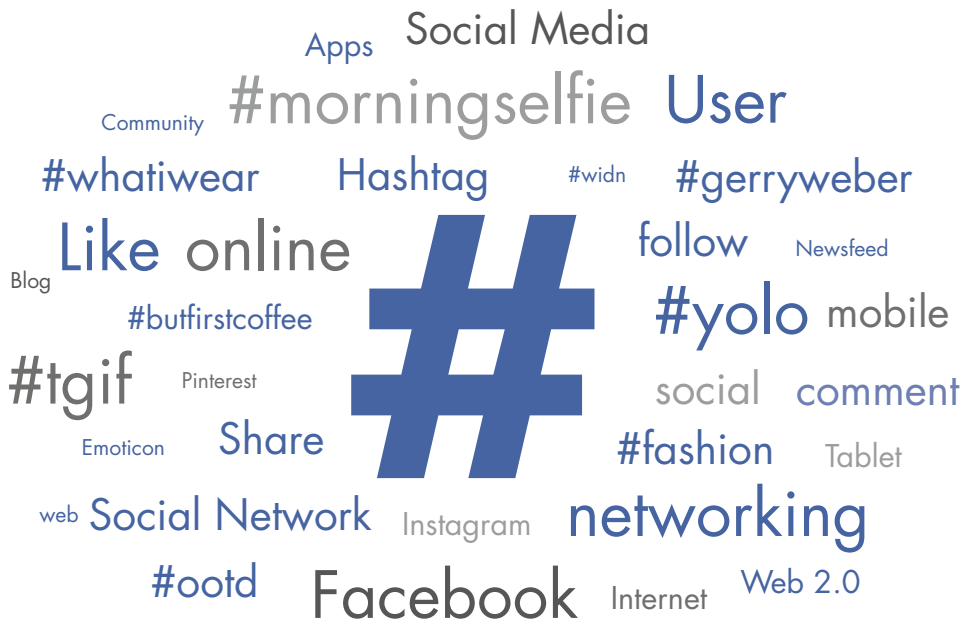
FASHION. LIFESTYLE. ERLEBNIS.

www.gerryweber.com

GERRY WEBER

Durch den Tag im Social Web:

#tgif Endlich Freitag! Gleich mal ein #morningselfie machen, #butfirstcoffee. #widn Auf geht's zur Arbeit, zum Glück mit neuem Outfit #ootd. Und dann ist auch schon Wochenende. #happyweekend ihr Lieben und denkt dran, #yolo!



SOCIAL MEDIA-WISSEN FÜR ANFÄNGER:

Social Networks bezeichnen Plattformen im Internet, mit deren Hilfe sich Menschen (Freunde oder Fremde) mit gleichen Interessen digital vernetzen können. Dafür müssen sich die User in der Regel anmelden und ein individuelles Profil erstellen. Facebook ist mit mehr als 1,3 Milliarden Nutzern das größte und bekannteste Social Network.

Like, comment and share (gefällt mir, kommentieren und teilen) sind wichtige Funktionen in sozialen Netzwerken. Der User drückt so schnell und unkompliziert sein Empfinden aus. Gleichzeitig dienen die Funktionen dazu, Inhalte innerhalb der sozialen Netzwerke zu verbreiten.

Hashtag bezeichnet ein Wort mit vorangestelltem Raute-Zeichen (engl. hash). Durch die Raute wird das folgende Wort automatisch markiert und verschlagwortet. Klickt man den Hashtag an, werden dem User alle Beiträge, die ebenfalls diesen Hashtag verwendet haben, angezeigt. Es entstehen Themensammlungen, die die Suche und Vernetzung zu bestimmten Themen innerhalb sozialer Netzwerke erleichtern. Besonders beliebt sind Hashtags auf den Plattformen Twitter und Instagram.

SSSSSSST!

43

COMING
SOON

44



45

HALLHUBER

Die Mode von HALLHUBER präsentiert die neusten Trends genauso wie zeitlose Styles. Die Produktlinie „HALLHUBER“ spricht vor allem eine jüngere Zielgruppe zwischen 20 und 35 Jahren an. Die HALLHUBER Kundin ist urban, modebewusst und kennt die neusten Trends. Dennoch bleibt sie ihrem Stil immer treu. „HALLHUBER DONNA“ ist ein wenig eleganter, exklusiver und in der Farbzusammenstellung ein wenig dezenter. Genau das Richtige für die berufstätige Frau zwischen 30 und 45. Seit 1. Februar 2015 gehört das Münchner Modeunternehmen HALLHUBER zur GERRY WEBER Gruppe.







GERRY WEBER INTERNATIONAL AG

Neulehenstraße 8
33790 Halle/Westfalen
www.gerryweber.com