

Flop

Die Marke entstand bei der Suche nach klassischen und bequemen Alternativen zu den existierenden „Badelatschen“. Die Marke „FlipFlop“ ins Leben gerufen. Inzwischen hat die Sandale, deren Rechte 2003 von der Hummel übernommen wurden, Kultstatus erlangt und steht als Synonym für Zehenschuhe. Doch das Angebot ist etwas eingeschränkt. Flip Flop entwickelt sich zur einzigen Marke für internationalen Markt.

Boro Classics

Boro Classics wurde Mitte der achtziger Jahre als Menswear-Linie gegründet, die Produkte in erster Linie Naturverleihen, Authentizität und Originalität bietet. Inzwischen ist auch die Women-Linie entstanden und auf eine große Käuferschaft gestoßen.



Martin Guthmann

Martin Guthmann ist auf der Bread&Butter mit dem eigenen kleinen Label „Schmuck&Liebe“ vertreten, das 2006 anlässlich des 100jährigen Firmen-Bestehens ins Leben gerufen wurde. Zusammen mit der Kollektion wird jedes Jahr ein „Schmuck & Liebe“ Booklet vorgestellt: Entlang der Handlung einer kurzen Liebesgeschichte werden einzelne Schmuckstücke näher vorgestellt. Das Buch ist kein Katalog, sondern ein unterhaltsames Werkzeug, das am Point of Sale die Emotionalität von Schmuck wunderbar vermitteln kann. Seit 2007 gibt es die Fortsetzung: „Schmuck & Liebe – Geheime Details“. In Barcelona wird diesmal alles im brandneuen B&B Hallen-Konzept „Serendipity“ vorgestellt.

Logoshirt

Logoshirt versteht sich als Young-Fashion-Retro-Style-Brand im mittleren Preissegment. Hauptthema ist seit der Gründung 1994 die Darstellung von berühmten Marken mit Kultcharakter auf Textilien. Berühmt geworden ist das Label unter anderem mit den Afri-, Ahoj-Bräuse- und Jägermeistershirts.



Elfcraft

„Elfcraft“ aus Hamburg stand bisher für Accessoires- und Schmuckkollektionen für Herren. Neuerdings darf sich auch die Damenwelt auf die trendigen Kreationen freuen. Accessoires und Schmuck sollen ihrem Träger eine persönliche Note verleihen, nicht auffällig und vordergründig, sondern subtil und pointiert.

Escapulario

Escapulario interpretiert traditionelle Schmuckelemente und Talismane in Accessoires und Schmuck. Umgesetzt in eine Formensprache des 21. Jahrhunderts entstehen hier trendbestimmende Modeaccessoires mit authentischer Geschichte. Das beständige Engagement der Menschen hinter Escapulario, ihre Phantasie und andauernde Kreativität, sind ein wesentlicher Faktor für den weltweiten Erfolg der Marke, die sich auch sozial sehr stark engagiert.

