

Schmucke *Emanzipation*

Klassischer Stahl- und Silberschmuck ist gestrig – jetzt trägt Mann extravagante Kreationen aus Gold und Edelsteinen.

IRMIE SCHÜCH-SCHAMBUREK

Paris/London/New York. „Man umgebe mich mit Luxus. Auf das Notwendige kann ich verzichten.“ Das Zitat des berühmten Schriftstellers und Dandys Oscar Wilde scheint Inspiration für den neuesten Trend zu sein: hochwertiger echtschmuck für Männer.

Schon seit einiger Zeit erfreuen sich genderfluide Kreationen internationaler Luxusmarken – etwa aus den Serien „Clou“, „Clash“ und „Love“ von Cartier, „BZero“ von Bulgari, „Lock“ und „T“ von Tiffany, „Link to Love“ von Gucci oder „Coco Crush“ von Chanel – wachsender Beliebtheit bei der männlichen Klientel.

Daneben haben auch kleinere Highend-Brands wie Schaffrath, Gellner, Meister, Leo Wittwer oder Messika ihre Sortimente in Sachen genderneutrale bzw. maskuline Schmuckstücke erweitert.

Neue Player

Louis Vuitton mischt in dem wachsenden Segment ebenfalls mit der kürzlich lancierten Schmucklinie „Les Gaston-Louis Vuitton“ mit, und auch zwei bekannte US-Marken – Lagos und David Yurman – rücken mit speziellen Designs die männliche Kundschaft jetzt stärker in den Fokus.

„Es gibt keinen besseren Zeitpunkt als jetzt, um einen neuen Weg im Bereich Herrenschmuck



Die The Vault-Kollektion von David Yurman ist ein besonders glanzvolles Beispiel dafür, dass sich zunehmend auch Männer mit funkelnden Edelsteinen anfreunden.

Mir ist es ein Anliegen, Männern Schmuck anzubieten, der hinsichtlich Qualität und Design genauso aufregend und individuell ist wie der für Damen.“

**FRANK MAIER
CREATIVE DIRECTOR LEO WITTWER**

einzuschlagen“, sagt Evan Yurman, Präsident und Kreativer Leiter von David Yurman, der als Testimonial für die Kollektion namens The Vault den Schauspieler und Regisseur Michael B. Jordan engagiert hat: „Es gibt niemanden, der besser geeignet wäre, die Größe dieser Kollektion zu vermitteln.“



Extravagante Designs rücken verstärkt in den Fokus der männlichen Klientel.

Eine Regel der Trendforschung besagt, dass sich Begehrlichkeiten immer zuerst im Luxussegment über Celebrities manifestieren.

Prominente Vorbilder

Die diesjährige Oscar-Show sowie die zahlreichen Events in deren Umfeld zeigen das. Immer mehr männliche Stars glänzten auf den roten Teppichen mit schmucken Accessoires. So stellten die Oscar-Gewinner Cillian Murphy, Ludwig Göransson, Robert Downes jr. ebenso wie Matthew McConaughey, Mark Ruffalo, John Krasinski und Jeff Bezos ihre High-Jewellery-Broschen am Smoking-Revers zur Schau. Dwayne Johnson, Ryan Gosling oder Bad Bunny trugen funkelnde Halsketten, und Colman Domingo montierte seine Haute Joaillerie-Brosche direkt auf seiner Fliege und schmückte sich zusätzlich mit vier Statement-Ringen sowie etlichen massivgoldenen Armbändern.

Die renommierte Trendforscherin Li Edelkoort sagte zu Jahresbeginn bei ihrem Forecast einen Männer-schmuck-Hype voraus: „Männer werden zu großen Schmuckfans.“



Ringe aus der jüngst lancierten Fine Jewellery-Kollektion Les Gastons Vuitton.

Dabei beschränken sie sich nicht nur auf Ringe, Armbänder und Ketten – auch Broschen, Anstecknadeln und Ohrringe rücken immer stärker in den Fokus. Was noch neu ist: Insgesamt werden Männer hinsichtlich der Designs mutiger, experimentierfreudiger und extravaganter; Edelkoort sieht daher „eine himmlische Zeit für Designer“ im Anzug.

Ganz nach dem Motto „More is More“ werden etliche Ohrringe miteinander kombiniert, ebenso wie Ringe, Armbänder und Halsketten – je fantasievoller, desto besser. Ergänzt werden diese unterschiedlichen Styles mit Vintage-Schmuckstücken und Pre-Owned Watches.

Ob sich der maskuline Bling-Bling-Trend auch am deutsch-österreichischen Markt durchsetzt, wird sich noch zeigen; sicher jedoch ist, dass die Scheu der Männer, sich dekorativ zu schmücken oder zu kleiden, auch hier schwindet.

Bling Bling Boys

Typisch maskuline Materialien wie Stahl, Silber und Leder und Onyx werden wohl weiter ihre Berechtigung haben, wenngleich die Nachfrage rückläufig ist. Die Klassiker werden nun vermehrt durch außergewöhnliche Schmuckstücke mit einem hohen Wiedererkennungswert ersetzt, der teilweise auch durch Markenbranding sichtbar wird.

Ein Novum im Bereich des Mönnerschmucks sind Perlen, die laut

Edelkoort überhaupt ein großes Comeback feiern. Die bekannte deutsche Marke Gellner hat diesen Trend mit der Bold-Kollektion aus Ketten und Armbändern bereits aufgegriffen.

Glänzen mit Stil

„Mir ist es ein Anliegen, Männern Schmuck in allerhöchster handwerklicher Qualität zu bieten, der hinsichtlich seines Designs genauso aufregend und individuell ist wie unser Damenschmuck“, erklärt Frank Maier. „Insbesondere die Verwendung von Diamanten für Mönnerschmuck, schwarzen oder weißen, fasziniert uns.“

Damit liegt der Creative Director der deutschen Highend-Brand Leo Wittwer, die zu den Pionieren in Sachen Mönnerschmuck gehört, genau richtig. Denn Mönnerschmuck darf ebenso funkeln und glitzern wie der für Damen. Der Diamant – ob natürlichen Ursprungs oder aus dem Labor – ist nicht mehr nur „A Girl’s best Friend“, sondern überspringt die Geschlechtergrenzen. Gleiches gilt für die Farbedelsteine wie Aquamarine, Saphire und Turmaline.



Mit der Bold-Linie, die massives Sterlingsilber mit feinen Tahitiperlen verbindet, spricht die deutsche Nobelmarke Gellner gezielt die männliche Kundschaft an.



Für die Boucheron-Broschen standen Orden Pate.