

style x navyboot

Wind im Haar:
Das Kampagnenbild
schoss Starfotograf
Peter Lindbergh mit
Models in New York.



Join the Crew

Zum 25-Jahr-Jubiläum steuert das Schweizer Unternehmen auf neue Ufer zu – mit im Gepäck ist die beeindruckende Geschichte der Marke.



Schiff ahoi!

Neue Projekte, basierend auf bestehenden Werten, bringen Navyboot auf Kurs. Man steuert gut ausgestattet gen Zukunft.

If you can make it there... In New York begann die Entstehungsgeschichte Navyboots. Man schrieb das Jahr 1990, als dem späteren Firmengründer ein Schuh auffiel, der von der amerikanischen Navy beim Landgang getragen wurde. Aus diesem Schuh entstand ein Jahr später das Kernprodukt der Firma – der Navyboot Original. Dutzende Kollektionen, unzählige Modelle später – der Klassiker ist geblieben.

Ein wenig aufpoliert, bekam er 2013 besondere Aufmerksamkeit. Nun sollte er auch Damenfüsse zieren, was er zunächst in zurückhaltendem Braun und Schwarz tat. Schritt für Schritt trieb er es bunter. Heute sieht man den Original in zahlreichen Varianten, gefertigt aus diversen Materialien, durch die Strassen spazieren. Das besondere Erkennungsmerkmal aber bleibt die feine, kontrastfarbene Linie an der Sohle. Mit diesem Essential entwickelten sich die Kollektionen sowie die Schweizer Marke zur modischen, innovativen Größe im Markt. Acht Kollektionen pro Jahr, ein Regenbogen an Farben und hochwertige Macharten wie Goodyear Flex machen Navyboot zur Anlaufstelle für jeden Anlass und Geschmack.

Für das Jubiläumsjahr 2016 wartet Navyboot mit einer besonderen Kampagne auf, die von niemand Größerem als Peter Lindbergh fotografiert wurde. Dass die Wahl auf Lindbergh fiel, ist kein Zufall. Der deutsche Starfotograf ist bekannt für sein Talent, mit Bildern eine Geschichte zu erzählen. Und spiegelt damit den Anspruch des Brands, seine beeindruckende Story anhand der aktuellen Modelle in Bilder zu fassen. Am Ort, wo alles begann...



Der Navyboot Original freut auch heute noch. Den Schuh gibt es für Damen und Herren.

51

Der 71-jährige, der in den Sechzigerjahren auch mal in der Schweiz lebte, begann seine Karriere bei der «Vogue». Für Anna Wintour schoss er 1988 das Cover für ihre erste, revolutionäre US-Ausgabe der Modebibel. Der Rest ist Geschichte. Lindbergh war massgeblich an der Ära der Supermodels beteiligt. Für das Cover der britischen «Vogue» im Januar 1990 brachte er Linda Evangelista, Naomi Campbell, Tatjana Patitz, Cindy Crawford und Christy Turlington zusammen – das Gruppenbild mit den jungen Damen machte ihn weltberühmt. Die jungen Damen ebenso.

Für das Kampagnenshooting kehrte man zurück an den Geburtsort von Navyboot, nach New York. Unter dem Motto «Join the Crew» ent-

stand eine Strecke, die klar die Handschrift Lindberghs trägt. Ganz in Schwarz-Weiss gehalten, erzählen die Sujets von zeitloser und entspannter Eleganz. Sie rufen eine Idee von Freiheit wach und davon, es weit zu bringen. Ein Traum, den jeder kennt. Und doch wird er von jedem individuell interpretiert. Es ist der Anspruch des Maestros, Gefühle in die Realität zu transportieren. Dazu braucht es keine aufwendige Kulisse und Requisiten, sondern die Fähigkeit, das wahre Selbst der zu Fotografierenden einzufangen. Das ist authentisch und schlicht schön. Und passt perfekt zum Spirit des Schuhbrands.

Die «Crew» von Navyboot vermittelt auf den Kampagnenbildern einerseits Tradition und Klassik, andererseits aber eine moderne Vision einer Marke, die mit frischem Wind der Zukunft entgegensteuert.



Gut gelaunt: die Navyboot-Crew.

In Sammellaune

DER ORIGINAL WIRD ZUM BEGLEITER. IN ALLEN LEBENSLAGEN: JETZT GIBT ES DAS MODELL JEDEN MONAT IN EINER LIMITIERTEN EDITION.



Der Klassiker: Original mit Schnürung aus Leder, ca. Fr. 219.–.



Der Original Limited Edition April, aus Leder, mit Blockstreifen, ca. Fr. 299.–.



Der Original Limited Edition Mai als Slip-on, aus schimmernden Metallic-Leder, ca. Fr. 299.–.

Aye, aye, Captain

Mit Accessoires im maritimen Look setzen Sie die Segel Richtung Sommergarderobe. Egal, in welchem Büro, Café oder Restaurant Sie gerade von Ferien am Meer träumen.



- 1 Geprägter Ledergürtel mit Metallschliesse, Fr. 69.–. 2 Handtasche aus geprägtem Leder, Fr. 359.–.
3 Spitze Ballerinas mit Schnürung, Fr. 279.–. 4 Veloursleder-Loafer mit Quasten, Fr. 229.–. 5 Slingpumps mit kleinem Absatz, Fr. 249.–.

Philippe Gaydoul

Der Navyboot-Eigentümer übernahm 2008 das Ruder des Unternehmens. Der Zürcher über Tradition, Emotion und seinen Lieblingsschuh.



Style: Was bedeutet Ihnen Navyboot?

Philippe Gaydoul: Es bedeutet mir sehr viel. Navyboot ist eine wertvolle Schweizer Marke. Sie hat mit dem Original ein DNA-Produkt, mit dem 1991 alles begann und das heute wieder ein Bestseller ist. Das steht für Nachhaltigkeit und Bodenständigkeit. Ich freue mich sehr, dass es uns gelungen ist, den Original mit einem zeitgemässen Revival 2013 zu neuem Leben zu erwecken. Seither gibt es ihn auch als Damenmodell. Die Marke weiterzuentwickeln, macht mir Spass und hält mich in Bewegung.

Ihr emotionalster Moment seit 2008?

Es gab viele. Einer davon war letztes Jahr im November. Im Rahmen des Zukunftstages haben drei Kinder von Navyboot-Mitarbeitern einen Tag

bei uns verbracht. Die grösste Freude hatten die Jungs in unserer Produktabteilung. Sie durften ihr Lieblingsmodell selbst designen. Ihre Kreativität und die Liebe zum Detail haben mich beeindruckt. Da wurde mit Farben und Materialien experimentiert, das Ergebnis hat uns begeistert. Als ich die drei am Tisch sitzen sah, war mir klar, dass Navyboot auch für die nächste Generation spannend sein wird.

Welche Schuhe tragen Sie heute?

Im Business trage ich meist den klassischen und gleichzeitig modernen Oxford Business, am liebsten in auf Hochglanz poliertem Leder. Für die Freizeit habe ich ein neues Lieblingsmodell: einen Loafer in Goodyear-Flex-Machart, das ist eine unserer Innovationen. Ein total flexibler Schuh, superleicht und herrlich bequem.

Worauf legen Sie den Fokus in der Navyboot-Kollektion?

Die Kollektion muss den Wünschen unserer Kundinnen und Kunden entsprechen. Sie muss echt und verständlich sein, modisch aktuell. Und natürlich muss sie die Kauflust wecken.

Der Slogan heisst «Join the Crew»: Was für ein Kapitän sind Sie?

Ich vertraue meiner Crew, gleichzeitig habe ich auch hohe Erwartungen. Jeder muss sein Bestes geben, damit wir unser gemeinsames Ziel erreichen. Dabei schätze ich den Austausch, die Offenheit, die Aufrichtigkeit und den kompromisslosen Teamgedanken.



EIN NÄSCHEN FÜR TRENDS

Neu erscheint zweimal jährlich eine Flash-Collection, welche die aktuellen Tendenzen aufgreift. Für diesen Frühling sind es die momentan so angesagten Overknee-Stiefel in zwei Designs und zwei Farbtonen. Ab Fr. 550.-.

Stadt-Safari

Hören Sie den Ruf der Wildnis? Weiches Velours, Flechtetails und harmonische Farbkombinationen erinnern an Abenteuer auch out of Africa.



- 1 Multifunktionale 3-in-1-Tasche, Fr. 329.–. 2 Wedges mit Bastabsatz und Lederdetails, Fr. 229.–. 3 Sandalen aus geflochtenem Velours, Fr. 359.–. 4 Flache Sandalen in Farbharmonie, Fr. 299.–. 5 Bucket-Bag aus Velours, Fr. 349.–. 6 Sandalen mit breiten Riemen und Blockabsatz, Fr. 359.–.

Verheissung

Wenn die Nacht über den Tag hereinbricht, verdunkelt sich das Farbenspiel. Mit raffinierten Accessoires ist stilistisch alles möglich. Und sonst natürlich auch...



1 Cut-out-Pumps, Painted Snake, Fr. 329.-. 2 Clutch aus geprägtem Leder, Fr. 299.-. 3 Metallic-Stiefeletten mit Spiegeleffekt, Fr. 349.-. 4 Spitze Flats mit Lackdetails, Fr. 299.-. 5 Mary Janes aus geprägtem Leder, Fr. 299.-.