



SCHMUCKLINIE
Goldige Schlangen von
Brangelina

WELT  ONLINE
LIFESTYLE



OVERKNEESTIEFEL
Früher mal Fetisch,
heute Mode

Stellen | Immobilien | ePaper
Abonnement | Shop | Märkte

Beauty

Suche

Hilfe | Erweiterte Suche

Anmelden | Registrieren

HOME POLITIK WIRTSCHAFT FINANZEN SPORT VERMISCHTES KULTUR DEBATTE WISSEN **LIFESTYLE** WEBWELT MOTOR REISE SATIRE
MODE & ACCESSOIRES DESIGN & TECHNIK WELLNESS & BEAUTY ESSEN & TRINKEN GARTEN ZWISCHEN MENSCHEN LUXURY GUIDE

Schrift:   Twitttern  Bewerten  Bookmarken  Senden  Drucken

MODEMARKE

 (18)

Ed Hardy macht Rocker-Schick für Stubenhocker

VON JUDITH INNERHOFER

11. Dezember 2009, 13:21 Uhr

Aus japanischer Tätowierkunst machte er einen Welterfolg: Der Franzose Christian Audigier bedruckt mit den Tattoo-Entwürfen eines kalifornischen Künstlers T-Shirts, Mützen und Autos. Die Sportswear mit dem prolligen Rocker-Image verkauft sich bestens – auch Stars sind verrückt danach.

TOPSTORYS



Edelsteine

Farbsteine sind Juwelen
für Individualisten



Gourmet-Gewürz

Aus Salz ist wieder
weißes Gold geworden

zurück

Bild 14 von 14

weiter 

WELT-TV – LIFESTYLE



Liebingsrezepte

Caroline Beil kocht Hähnchen à l'orange





Foto: © Beyond Skin by Ed Hardy, teNeues

Das Buch "Beyond Skin" enthält die Tattoo-Entwürfe von Ed Hardy. Verlag teNeues, 79,90 Euro.

Heidi Klum feierte dieses Jahr den vierten Hochzeitstag mit ihrem Göttergatten Seal in Malibu. Das Motto der Party: "We got trashed", sehr frei übersetzt: "Wir sind Proleten geworden." Das heißt: Alle trugen Ed Hardy. Die quietschbunt bedruckten Shirts, Hosen, Kappen und Gummistiefel von Ed Hardy werden en masse produziert, sind aber gleichzeitig zu teuer für die Massen. Für jene, die sich die Mode leisten können, ist es der Flirt mit dem Abenteuer, Sex, Drugs and Rock'n'Roll. Und ein bisschen Jahrmarktdekor: Bulldoggen und Kobras, von Dolchen durchstochene Herzen.

MEHR BILDER



Mode von Hollister

Die junge Zweitlinie von Abercrombie & Fitch



PRPS-Jeans

Luxus-Jeans, die aussehen wie gebraucht

Das Imperium des Christian Audigier, der 2004 die Rechte für die Motive des Tattoo-Künstlers Ed Hardy erworben hat, trifft mit seinen Totenköpfen und Rosen und wenig originellen Sprüchen ("Liebe tötet langsam") auch den Geschmack vieler Stars. Britney Spears, Madonna, P. Diddy oder Paris Hilton sind nur einige berühmte Fans des Labels. Audigier selbst sieht das als Marketingstrategie: "Promis sind sehr wichtig. Die Prominenten helfen mir, mein Label bekannter zu machen. Ich muss nicht so viel Werbung machen, weil die Stars regelmäßig meine Sachen tragen und darin fotografiert werden."

Don Ed Hardy, der Schöpfer dieser Designs, staunt währenddessen über die Renaissance seiner Tattoo-Entwürfe, die seit fünf Jahren auf Audigiers T-Shirts und Hosen, Jacken und Schuhen ein Comeback erleben. Hardy war einer der ersten Europäer, der 1973 Zutritt zu einem traditionellen japanischen Tattoo-Studio erhielt. Der Tätowiermeister Horihide nahm ihn unter seine Fittiche, und Hardy begann, den hoch entwickelten, detailliert-kunstvollen Stil der japanischen Hautkunst

mit dem comicartigen Stil der amerikanischen Tätowierer zu verschmelzen. Hardy tätowierte japanische Yakuza-Gangster und markierte raubeinige Seemänner fürs



Knappe Bollywood-Bademoden



Jörg Thadeusz schwört auf Fleischtöpfe

[Mehr Videos](#)

ANZEIGE



Willkommen auf Hermes.com

Lifestyle-Newsletter

Abonnieren Sie unsere wöchentliche Stil-Depesche



Stimmen Sie ab

Welches ist das beste Outfit von Lady Gaga?



Leben. Audigier münzte die ursprünglichen traditionellen Motive in "Bling Bling" um: in auffällige Motive, verziert mit Glitzersteinen und Pailletten in rauen Mengen.

WEITERFÜHRENDE LINKS

- [Hier gibt es die alte Lieblingsjeans für 500 Euro](#)
- [Internationale Modelabels erobern Deutschland](#)
- [Hollister – der Look der amerikanischen Elite](#)
- [Turnschuhe für 350 Euro? Vergleichsweise günstig](#)
- ["Clinton"-Jeans gehen im Osten einfach besser](#)

Rockstar werden. Leider mangelte es ihm dafür an Talent. Das Schicksal schenkte Audigier zwar den nötigen Ehrgeiz, nicht aber die Stimme – und somit war die Rockstar-Karriere beendet, bevor sie begonnen hatte.

Der Alltag des jungen Christian war außerdem von finanzieller Not gezeichnet, sodass er seiner alleinerziehenden Mutter bereits früh finanziell unter die Arme greifen wollte. Im Alter von sechzehn Jahren verkaufte er in einem Shop in Avignon so erfolgreich Jeans, dass ihn die Marke MacKeen-Jeans als Designer engagierte. Einige Jahre später verließ Audigier Frankreich. Erst ging er nach New York, später nach Los Angeles und arbeitete dort freiberuflich für große Marken.

Seine große Stunde schlug 2001. Er wechselte zum kalifornischen Label Von Dutch und wurde dort Chefdesigner. Drei Jahre später kaufte er die Rechte von Ed Hardy und bepfanderte alle nur erdenklichen Produkte mit dessen Tattoos: Uhren, Turnschuhe, Handys und Parfums, Mineralwasser und Energy-Drinks. Auf Wunsch verziert er auch Sportwagen mit seinem Design.

THEMEN

[Mode](#) [Ed Hardy](#) [Christian Audigier](#)
[Tattoos](#) [Berlin](#)

Ed Hardy zu tun. Importierte dieser den japanischen Grundgedanken von der Tätowierung als Ausdruck von Individualität, macht Audigier daraus Mainstream vom Feinsten.

Auch wenn sie billig wirkt – günstig ist Audigiers Mode nicht: Zwischen 99 und 199 Euro kosten die T-Shirts von Ed Hardy, Kapuzenpullis gibt es für 350 Euro. Das haben die Seemänner und Kleinganoven in Eds Tattoo-Laden einst günstiger bekommen.

Audigiers Bling-Bling-Design lässt dagegen Menschen strahlen, die sonst vielleicht gar nicht auffallen würden. Was wiederum zum Leben von Christian Audigier passt: Er wurde 1958 im südfranzösischen Avignon geboren und wollte mal

Die "Vintage Tattoo Wear" von Audigier hat nur noch wenig mit dem ursprünglichen Gedanken des inzwischen 64-jährigen Amerikaners



ANZEIGE



VORWEIHNACHTSZEIT



Glühwein

VON FRIEDHELM SCHACHTSCHNEIDER
Ein Heißgetränk kämpft um sein Image

BILDERGALERIEN



Mehr als 40 Ed-Hardy-Shops gibt es inzwischen weltweit, zwei davon in Deutschland, in Berlin und Frankfurt am Main. Den Markteintritt hat die Marke von langer Hand vorbereitet. Statt die übliche Marketingmaschine anzuwerfen, kaufte sich Designer Audigier in Heidi Klums Fernsehshow "Germany's Next Topmodel" ein. Auch bei dieser Casting-Show werden keine Unikate geschaffen. Eine Siegerin nach der anderen verschwindet im Nichts.

Schrift:    Twittern  Bewerten  Bookmarken  Senden  Drucken



Ellen von Unwerth
Ihre Fantasiewelt aus
Mode und Fetisch



Promi-Paare
Diese Menschen haben
sich gefunden

