



Ein sündhaft teures Vergnügen

Die US-Jeansmarke True Religion ist Kult und ein edles und luxuriöses Must Have für Stars und Sternchen.

Ralf Dzioblowski

Als Kym und Jeffrey Lubell 2002 ihre Jeansfirma nach einem ihrer Lieblingssongs *Finding your true Religion* der Band Hot Tuna benannten („Jeans, Musik, Kalifornien – das ist unsere wahre Religion“, so Jeff Lubell), konnten sie den rasanten Erfolg nur erahnen. Heute liefert das Edel-label mit einem lachenden, Gitarre spielenden Buddha als Logo ein Rekordergebnis nach dem anderen ab und verzückt die Analysten.

2008 steigerte True Religion den Umsatz um 55,8 Prozent auf knapp 190 Mio. Euro, den Gewinn um 59,3 Prozent auf 31,2 Mio. Euro. Und auch im ersten Halbjahr 2009 – dem Höhepunkt der Weltwirtschaftskrise – waren die Jeans mit den auffälligen Nähten in den Nobelkaufhäusern teilweise ausverkauft. Der Umsatz verbesserte sich um 15,4 Prozent auf 95,2 Mio. Euro,

und der Gewinn kletterte um 14,7 Prozent auf 13 Mio. Euro. Experten rechnen bis 2014 mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von 30 Prozent.

Kult hat seinen Preis

Den Erfolg der Marke erklärt sich Peter Littmann, ehemaliger Chef von Hugo Boss, so: In fast allen international wichtigen Lifestyle-Blättern sei True Religion höchst präsent. Als zweiter Punkt kämen die VIPs hinzu. Die Antwort der Pressestelle, welche Stars und Sternchen True-Religion-Klamotten tragen, ist eindeutig – und lang: Sienna Miller, Cameron Diaz, Will Smith, Gwen Stefani, Sharon Stone, Jennifer Lopez, Justin Timberlake, Brad Pitt, George Clooney, David Beckham und Robbie Williams zählen zu den Fans der Jeansmarke. Gern getragen werden sie auch in Österreich, etwa von Armin Assinger und DJ Ötzi.



Denim Diva: Das brasilianische Model Gisele Bündchen ist seit 2009 das neue Gesicht der US-Jeansmarke True Religion, die in nur sieben Jahren Kultstatus erreicht hat. Foto: Unifa/True Religion

Warum gibt Otto Normalverbraucher 400 Euro für eine Jeans aus? „Das Geheimnis des Erfolgs ist die perfekte sexy Passform, die bei einer Jeans alles entscheidet“, so Littmann zu Punkt drei. „Eine Frau will bei einer Jeans nur zwei Dinge: Erstens muss die Jeans gut aussehen. Zweitens muss der Hintern in der Jeans gut aussehen.“

Darüber hinaus sehe die Frau in einer True-Religion-Jeans aus, als wiege sie fünf Kilo weniger. Das gab es bisher so nicht“, so Lehmann. Das weiß auch Lubell: „Unsere Jeans sind zwar nicht ganz günstig, wer aber einmal eine besessen hat, weiß, dass die Kombination aus Haltbarkeit und Bequemheit unerreichbar ist.“ Diesen Vorteil nutzt das Unter-

nehmen mit den hohen Preisen geschickt aus. „Kult hat keinen Preis, ein Kultprodukt ist aus der Vergleichbarkeit raus“, erklärt Littmann den vierten Punkt.

„Unsere Kollektionen sollen die Menschen umwerfen“ lautet das Firmenmotto. Das macht das Stück Stoff auch, spätestens beim Blick auf das Preisschild.

Zahl's mit dem Handy.

paybox

www.paybox.at

Sicherstes Zahlungsmittel im Internet. Jetzt!

paybox Testsieger

DAS SICHERSTE ZAHLUNGSMITTEL IM INTERNET.

12 Monate paybox zum 1/2 Preis! Jetzt anmelden auf www.paybox.at!