

Art—Lawyer Magazin

VOM LAUFSTEG VIA LIVESTREAM IN DIE KOPIERWERKSTATT

Autor: RA Jens O. Brelle & Denise Jurack
Datum: 09.05.2011

Tom Ford - Modeschöpfer und Künstler - hat bei seinen Shows auf der diesjährigen London Fashion Week die Blogger vor die Tür gesetzt. Er wollte damit ein verhindern, dass die gestreamten Live-Bilder gleich in den Kopierwerkstätten der Billig-Konkurrenz landen. Vielleicht wollte er aber auch nur ein Zeichen setzen. Ein Zeichen dafür, dass Bloggen, Twittern und andere soziale Netzwerke der Modebranche auch Schaden können.

Kaum wurden die aktuellen Designerkollektionen auf den Laufstegen präsentiert, machen sich Ketten wie Zara und H&M an die Arbeit. Den meist jungen Käufern soll so aktuelle Mode zu günstigen Preisen angeboten werden. Oft dauert es nur wenige Wochen, bis die kopierten Teile in den Läden hängen. Die Exklusivität bleibt auf der Strecke, die Qualität leider auch. Doch was soll man machen? In der Modebranche hat man lange geglaubt, es sei besser die Bilder so schnell wie möglich zu den potentiellen Kunden zu bringen. Doch leider ging die Rechnung nicht auf. Lediglich das Geschäft der Billigketten legte zu. Selbst Labels wie Gucci und Lacroix standen schon einmal vor dem finanziellen Ruin. Für Lacroix kam jede Hilfe zu spät. Für Gucci hieß der Retter Tom Ford. Er hat Gucci zu einem der wertvollsten Mode-Labels gemacht. Vielleicht hat Tom Ford auch deshalb mit als Erster erkannt, wie gefährlich die neuen Medien für Luxuslabels sein können.

Ein wenig geärgert haben muss sich auch Miuccia Prada, die im Oktober 2009 in Paris ihre neuen Stücke der MiuMiu-Kollektion vorgestellt hat. Die Teile der Kollektion schmückten tierische Prints, wie Katzen oder Vögel. Ein paar Wochen später tauchten ziemlich ähnliche Teile bei Zara auf. Dass hier offensichtlich abgekupfert wurde, ließ sich nicht leugnen. Im Internet wurde heftig über die Teile diskutiert. Immerhin verpasste Zara seiner Katze noch eine Schleife um den Hals. Auch Topshop lies sich von der tierischen MiuMiu-Kollektion inspirieren, fand aber eine recht charmante Lösung, aus Katzen wurden hier Mäuse.

Vom Laufsteg via Livestream in die Kopierwerkstatt (Anfang)

Art—Lawyer Magazin

Inwieweit die Designer von den massentauglichen Stücken der Billigketten profitieren ist fraglich. Vor ein paar Jahren hätte man vielleicht noch von einem Geben und Nehmen sprechen können. Durch die rasante Entwicklung des Internets und die vielen sich nun bietenden Möglichkeiten geht die Tendenz eher zum einseitigen Geben. Die Designer geben ihre Ideen und andere profitieren davon. Eine unschöne Entwicklung gegen die Designer nur mit neuen Ideen angehen können. Blogger rauszuschmeißen ist eine davon. Eine andere Idee hatte Burberry. Bis heute vergehen manchmal noch Monate, bis die auf den Laufstegen präsentierten Stücke in den Läden der etablierten Modellabels hängen. Bei dem vor einigen Jahren bereits totgeglaubten Unternehmen hat man erkannt, dass man selbst schneller sein muss als die Billig-Konkurrenz. Burberry verkaufte ausgewählte Teile seiner Winterkollektion 2010 deshalb live und in Farbe und in 3D direkt von der Show. Der Livestream wurde in fünf Showrooms in Dubai, London, New York, Paris und Tokyo übertragen, gleichzeitig aber auch auf ausgewählten Modeblogs und bei Facebook. Wer wollte, konnte sich die Teile dann in den Showrooms kaufen oder über das Internet vorbestellen. Vorteil – die begehrte Ware war schneller beim Kunden.

Welchem Beispiel man nun folgen will - Tom Ford oder Burberry - muss jedes Modelabel für sich entscheiden. Hinter beiden Vorgehensweisen stecken Philosophien die entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens sind. Ob man nun aber das teure Original oder die billige Kopie trägt, sollte für den eigenen Stil jedoch nicht entscheidend sein.

Art Lawyer

Jens O. Brelle

Rechtsanwalt

Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht

Erstmals veröffentlicht in:

AL Magazin

Vom Laufsteg via Livestream in die Kopierwerkstatt (Fortsetzung)

© 2001 - 2012 Art Lawyer

Seite (2/3)

Art—Lawyer Magazin

KONTAKT:

Art Lawyer
RA Jens O. Brelle

Auf dem Sande 1, Block E / 2.Etage
20457 Hamburg-Speicherstadt
Telefon +49 (0)40 24 42 18 46
Telefon +49 (0)40 24 42 18 48
E-Mail info@art-lawyer.de
Internet <http://www.art-lawyer.de>

Vom Laufsteg via Livestream in die Kopierwerkstatt (Fortsetzung)