



Januar 2020

manager lounge | ABO | SHOP | NEWSLETTER | Mein manager magazin Mein manager magazin Abmelden

anager magazin

Als Startseite festlegen Schlagzeilen

Lifestyle • Mode • Coole Schnitte, exquisite Produktqualität - Luxus-Liga für Rihannas Fenty-Label

23.12.2019

Stars als Modeunternehmer - Teil 1

Wie Rihanna den Modemarkt neu ordnet

Von Uschka Pittroff

Teilen:     

FOTOS ▶

Getty Images

3. Teil: Coole Schnitte, exquisite Produktqualität - Luxus-Liga für Rihannas Fenty-Label

Was aber neu ist: Mehr und mehr dieser (Super-)Stars gründen selbst und steigen in den Modemarkt ein. Weil sie wissen: Sie verkörpern Werte, die den Millennials bis zur Generation Z (die eine rein analoge Welt und vordigitale Zeit nie erlebte!) wichtig sind. Stichworte wie Diversity, Female Empowerment, Inklusion, ein Transzendieren des Gender-Bias, Nachhaltigkeit, Respekt für LGBTQIA und gegen Heteronormativität, die Fridays for Future-Bewegung einer Greta Thunberg sind ihnen geläufig und werden bedient. Das ist ihr Kapital - das Vertrauen, das sie genießen. Authentizität. Das Kapital einer neuen Generation, die alte Werte ablöst.

Und davon profitiert nicht nur LVMH. Umgekehrt kann Rihanna mit einem sogenannten "positiven Halo-Effekt" rechnen. Das bedeutet, dass einzelne Eigenschaften einer Person einen positiven oder negativen Eindruck erzeugen,

der die weitere Wahrnehmung der Person "überstrahlt" und so den Gesamteindruck unverhältnismäßig beeinflusst.

Exquisite Produktqualität, coole Schnitte, hochprofessionelle Abläufe und Handling garantieren Rihanna die Luxus-Liga. Ihre Mode - überraschend puristisch - gibt es im Fenty-Onlineshop, sogenannte Drops (kurzfristige Überraschungsprodukte außerhalb von Saisons und Kollektionen) werden regelmäßig hinzugefügt (weißer Oversized-Parka, für circa 1600 Dollar). Keine Überproduktion, kein Sale. Ganz im Sinne begehrter Verknappungsstrategie. Wenn etwas ausverkauft ist, ist es weg.

Rihanna schon im Beauty- und Wäsche-Geschäft erfolgreich

ANZEIGE

Wie clever Rihanna als Geschäftsfrau ist, hat sie bereits mit zwei ihrer anderen Unternehmen gezeigt: Fenty Beauty, das im vergangenen Jahr allein 500 Millionen Euro umgesetzt haben soll (ebenfalls eine Kooperation mit LVMH). Ihr USP dabei: Allein 50 verschiedene Foundation-Töne gibt es für Menschen jeglicher Hautfarbe. Zum zweiten: Während Miedermarken wie "Victoria's Secret" aus der Zeit gefallen zu scheinen und sich zum Problemfall entwickelten - ihr Reiz mit Wäsche an der Börse ist verloren, die Weihnachtshow mit geflügelten Engeln in Unterhosen und BH's wurde gerade abgesagt - zeigt Rihanna mit ihrem Label "Savage X Fenty", eine weitere Kooperation, die sie 2018 mit dem US-Unternehmen TechStyle Fashion Group abgeschlossen hat.

Stil, Haltung, Glaubwürdigkeit: Ihre Dessous werden von unterschiedlichen Frauen präsentiert, dick, dünn, jung, alt, schwanger oder mit Schwangerschaftsstreifen. Oder von solchen, die bei ihrer Geburt keine waren. Body positivity statt Bodyshaming - inszeniert als lustiges Spektakel, als Werbefilm an Amazon verkauft - ein "Fashion Musical" wie Rihanna es nennt. Das kommt an, die Marketing-Message scheint zu stimmen.

Andere Marken sprechen schon neidvoll vom "Fenty-Effekt". Den hat jemand wie Stella McCartney nicht nötig. Ihr Modelabel hat eigene Strahlkraft. Sie ist und war zwar nie im Entertainment-Business und hat ihren Startstatus als Tochter von Ex-Beatle Paul McCartney eher ererbt. Aber ihr Einfluss als studierte Modedesignerin geht weit über das reine Schneidern von Kollektionen hinaus. Ihres ist das zweite Modehaus, das Arnault 2019 anteilig in sein Portfolio aufnahm.

[Lesen Sie in Teil 2, wie Stella McCartney, das Ehepaar Beckham und Beyoncé sich im Modebusiness positionieren](#)

1. Teil: Wie Rihanna den Modemarkt neu ordnet

2. Teil: Rihanna - das ist ihre Währung

3. Teil: **Coole Schnitte, exquisite Produktqualität - Luxus-Liga für Rihannas Fenty-Label**

◀ ZUR STARTSEITE

Das könnte Sie auch interessieren



ANZEIGE

tech4-you.com
Geniale japanische Erfindung, die es Ihnen ermöglicht, in jeder...



ANZEIGE

Secret Escapes
Secret Escapes: Das machen Hotels mit ihren freien Zimmern



ANZEIGE

Care by Volvo
Auto Abo: Nur noch Tanken - alles andere ist inklusive.



ANZEIGE

Wir Kaufen Deinen Flug
Du hattest eine Flugverspätung oder Annullierung in den...



ANZEIGE

Travelzoo
Ab 189 € - 6 Tage Mallorca-Urlaub mit Flug & Halbpension



ANZEIGE

Fribbla.de
[Fotos] In Paris wurde nach 200 Jahren ein Kanal entwässert...



Auto- und Akkuwerk in Brandenburg

Sechs Antworten zu Teslas deutschem Riesenwerk



Wenige Monate nach Verkaufsstart

Daimler muss Mercedes EQC zurückrufen



Bentleys Continental GT Cabriolet im Fahrtst

Der Spazierfahrer



ANZEIGE

ImmoScout26
Was ändert sich 2020 für Immobilienverkäufer?



ANZEIGE

Jasper Caven
Bereits über 204.435 Leser. Dozent für Ernährung verschenkt...



ANZEIGE

sober®
Das Parfum für 2020 - Ab sofort verfügbar

[Bestellen](#)[Bestellen](#)

[Alle Newsletter ansehen](#)
[Alle Newsletter ansehen](#)

Verwandte Artikel

Stars im Modebusiness - Teil 2: Wie McCartney, Beyoncé und Beckham Mode machen

Stars als Modeunternehmer - Teil 3: Wie Pharrell Williams zum Vorbild wurde

👑 **Rihanna und ihr Modehaus:** Die Macht von Stil, Sex und 76 Millionen Followern

Luxus läuft: LVMH wächst - und macht die Arnaults noch reicher

👑 **Huda Kattan:** Die erfolgreichste Schönheitsunternehmerin der Welt

Mehr zum Thema

Mode | Stil | Industrie

[Alle Themenseiten ▶](#)

© **manager magazin 2019**
Alle Rechte vorbehalten
Vervielfältigung nur mit Genehmigung

Mittelmeer ab 995 €



Mein Schiff-Kreuzfahrt: 7 Nächte Mittelmeer ab 995 € erleben.

[Jetzt buchen.](#)

Mittendrin - mit Hörgerät



Entdecken Sie die neue innovative und unsichtbare Hörgeräte-Generation.

[Jetzt kostenlos testen](#)

Treppenlifte vergleichen



Kostenlos Preise und Angebote geprüfter Anbieter vergleichen & bis zu 30% sparen!

[Mehr erfahren](#)

Treppenlift: Preise 2019



Unglaublich: Das kosten Treppenlifte wirklich? Dank Preisrechner bis 30% beim Kauf sparen!

[Treppenlift-Preisrechner>](#)

manager magazin



ÜBER UNS

[ABO](#)

[SHOP](#)

[NEWSLETTER](#)

[ANMELDEN](#)

[KONTAKT](#)

[IMPRESSUM](#)

[NUTZUNGSBEDINGUNGEN](#)

[DATENSCHUTZ](#)

Informieren Sie sich monatlich in unserem Print-Magazin oder eMagazin aus erster Hand über Wirtschaft: Investigative Geschichten, exklusive Hintergründe, die entscheidenden Trends. Auf manager-magazin.de informieren wir Sie täglich über die wichtigsten Wirtschafts-Nachrichten, stellen die verheißungsvollsten neuen Ideen vor und berichten über die Pläne derjenigen Akteure, auf die Sie achten sollten. [Mehr lesen](#)

© manager magazin 2020

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung