

## PASST NICHT

## Zoë Kravitz bei der Film Premiere von «Thor – The Dark World» in London

Wir haben nichts gegen viel Haut, auch wenn uns manchmal vorgeworfen wird, wir seien diesbezüglich zu streng mit unseren Modeopfern. Aber auch diese Woche müssen wir schlechte Noten verteilen. Zoë Kravitz, 24, ist die Tochter von Lenny Kravitz und Lisa Bonet. Das legt die Coolnesslatte schon ziemlich hoch. Und es ist auch klar, dass man sich gegenüber seinen Eltern, die beide als Erotiksymbol galten, abgrenzen will. Die junge Schauspielerin setzt auf die Gleichung «wenig Stoff gleich viel Sex-Appeal». Leider geht diese Rechnung nur bedingt auf. Wir attestieren Miss Kravitz einen tollen Body, aber einen mässigen Kleidergeschmack. Da nützen auch die durchtrainierten Bauchmuskeln nichts. Und auch die Lieschen-Müller-Flechtfrisur trägt nicht zu einem guten Look bei. (SA)



FOTO: AP/KEY

## PASST

## Natalie Portman bei der Film Premiere von «Thor – The Dark World» in London

Seit Sharon Stone an einer Oscarverleihung ein communes weisses Herrenhemd von Gap zu einem langen Seidenrock kombinierte und für diesen gewagten Look bejubelt wurde, gilt der Mix zwischen casual und edel als hohe Schule, der allerdings auch seine Tücken hat. Natalie Portman, 32, hat diesen Spagat gemeistert und entzückt uns mit einer Mischung aus glamourösem Rock und schlichtem Shirt, ganz nach dem Motto: Ein Hingucker genügt. Darum ist auch ihr übriges Outfit schlicht gehalten. Ausser den Brillantohrringen und einem schwarzen Armband trägt sie nichts, das von der ungewöhnlichen Kombination ablenkt. Schlicht auch die Frisur, die den Blick aufs schöne Gesicht lenkt. (SA)



FOTO: GETTY IMAGES



## Putziges fürs Baby

Fünf Schweizer Webshops sorgen mit ihren Angeboten für viel «Jööö»-Effekt

**1 Schlicht-cool**  
Little Copenhagen heisst der neue Geheimtipp für schlicht-coole dänische Brands wie Molo, hier mit dem bunten Strampler «Fiona» (56 Franken). Im Laden in Bolligen BE wie auch im Webshop bietet die Exil-Dänin Vivi Serup sorgfältig ausgewählte Mode, Accessoires und Schmuckstücke für Klein und Gross.  
[www.littlecopenhagen.ch](http://www.littlecopenhagen.ch)

**2 Kuschelrig**  
Wem es vor Hello Kitty, Spiderman und Co. graust, der wird bei Zirkuss seine neue (Style)-Heimat finden. Wir lieben die kuscheligen «Chobottes» von Easy

Peasy aus weichem Lammfell: In zwei Farben für 51 Franken zu bestellen bei [www.zirkuss.com](http://www.zirkuss.com)

**3 Naturbelassen**  
Für einen grossen Wohlfühlfaktor sorgt das neue Schweizer Label Bergflocke. Die hübschen, schlichten Kleidungsstücke sind alle aus naturbelassener Bio-Baumwolle und werden unter Einhaltung ethischer Richtlinien in Italien angefertigt. Die Bluse «Alpenfee» (79 Franken) und die «Edelweiss»-Pumphose (39 Franken) gibts in ausgewählten Kinderboutiquen sowie im Webshop. Näheres unter [www.bergflocke.ch](http://www.bergflocke.ch)

**4 Wärmend**  
Warmes für Babys Köpfchen: Die «Mia»-Mütze aus reiner, nicht-kratzer Merinowolle kostet 38 Franken, und in der Genfer Onlineboutique gibts noch viele weitere (warme) Lieblingsstücke.  
[www.thaliaetbubu.com](http://www.thaliaetbubu.com)

**5 Nützlich**  
Im Webshop der Geburtsvorbereiterin Sandra Ackermann findet man lauter «Mami-geprüfte»-Must-Haves wie das Bürstentset von Bambam (13.50 Franken), für einen perfekt frisierten Start ins Leben.  
[www.geburtundkind.ch](http://www.geburtundkind.ch) STEFFI HIDBER

## Auffälliges für kleine Individualisten

Diverse Kindermode-Labels boomen dank einer Hommage an die Fantasie und Lebensfreude von Mädchen und Buben

Die modischen Werte zwischen Erwachsenen und Kindern haben sich verschoben. Während früher die Trends den Erwachsenen vorbehalten blieben, wird Kindermode heutzutage nach den gleichen Individualismusprinzipien im ästhetischen Kontext zwischen Prêt-à-porter und Streetblogs entworfen. Eine Hose für Jungs muss nicht nur in erster Linie praktisch sein, sondern «skinny» geschnitten, im Bund tief sitzend und am besten von einem nachhaltig produzierenden dänischen Designer. Denn: Kindermode ist zur Hipstermode hochstilisiert worden.

Die populärsten internationalen Vertreter in diesem Seg-

ment sind die Marken: Mini Rodini (Schweden) Popushop und Soft Gallery (Dänemark), Stella McCartney Kids (England), Finger in The Nose (Frankreich), Imps & Elfs (Holland), Bobo Choses (Spanien) oder auch Schweizer Brands wie Ikou Tschüss oder L'asticot.

An der Pitti Bimbo von 2014 wird es 350 Aussteller geben

Obwohl die Kindermode-Messe Pitti Bimbo in Florenz seit 1975 stattfindet, erlebte das Segment von Kids-Fashion erst ab den Austragungen Anfang der Neunzigerjahre einen rentablen Aufschwung. Waren es vor 20 Jahren



Kindermode von Mini Rodini: Fancy-Kollektionen erobern den Markt

noch 30 Aussteller, so rechnet man im nächsten Januar an der Pitti Bimbo 2014 vom 16. bis 18. Januar in Florenz mit über 350 Ausstellern. Spätestens seit der Finanzkrise wurde auch den Luxuswarenhäusern, Boutiquen und Onlinestores klar: Alles, worauf die Eltern konsumtechnisch verzichten, wird in die Kinder investiert. Wohl, weil bei diesen Kaufentscheidungen psychologisch mitschwingt, sich nicht selber etwas Teures geleistet zu haben, sondern für sein Kind. Die Kinder wachsen schnell, und der Markt hält den Bedürfnissen Fancy-Kollektionen entgegen. Die Onlineportale, die sich auf exklu-

sive Kinderkleider spezialisiert haben, boomen auch in der Schweiz.

Nur stellt sich die Frage: Verstehen denn die Kinder Trends überhaupt, oder ist das nicht alles für die Eltern kreierte? Roberta Zingg, die für [www.stadtlandkind.ch](http://www.stadtlandkind.ch) den Einkauf macht, sagt selbstbewusst: «Die Frage würde ich andersherum formulieren. Inwiefern verstehen Designer die Kinder? Brands, die ihre Arbeit als Hommage an die Fantasie und Lebensfreude unserer Kinder sehen, schaffen Trends, die Kinder und Eltern begeistern.»

MARTINA BORTOLANI