

INHALT SNEAKERS NR 5

IMPRESSUM

EDITOR IN CHIEF
Pascal Prehn
prehn@sneakers-magazine.com
m: 0151 / 161 330 26

TEXT EDITOR
Andreas Grüter
grueter@sneakers-magazine.com
m: 0179 / 395 74 62

GRAPHIC
Richard Strauß
strauss@sneakers-magazine.com

CONTRIBUTORS
Nada Carls
Lydia Heckl
Katja Vaders
Bernhard Glimm
Nina Trippel
Renko Heuer
Clemens Dyckmans
Dirk Vogel
Phillip Himbürg
Pia Spangenberg
Melanie Rückert
Kai Frischemeier

ARTWORK
Daymon Greulich
raws

PHOTOGRAPHERS
Alexander Basile
Robert Eikelpoth
Michael Breyer
Andreas Schiko
Florian Renner
Gerhard Stochl
Dominic Marley
Wolfgang Haag

ADVERTISING
Pascal Prehn

EDITORIAL COORDINATOR
Holger von Krosigk

PUBLISHER
Monday Publishing GmbH
Kamekestr. 20-22
50672 Köln

GESCHÄFTSFÜHRER
Stefan Dongus
Holger von Krosigk

t: 0221 / 945 267 22
f: 0221 / 945 267 27

WWW.SNEAKERS-MAGAZINE.COM

Alle Rechte vorbehalten



COVER-SNEAK:
adidas, Modelle "Stormtrooper & Skywalker"
Foto: Robert Eikelpoth & Michael Breyer

»OUTSIDE THE BOX« 8
What happens in the box, stays in the box

»EDITOR'S CHOICE« 16
Wir archivieren: Puma Top Winner

SNEAKERNESS WIEN 18
Where sole is king

FEIYUE 22
The French story of a Chinese sneaker?
Zu Gast beim Styler-Label in Paris



BACK TO THE OLD SCHOOL 26
Ein Interview mit dem Vintage Connaisseur, Skateboarder und wandelnden Schuh-Lexikon Bernhard Glimm



»STREET SNEAKS« 32
Tales from the Soleside

»SNEAK BOUTIQUE« 36
The heart and Soul



TIMBERLAND 64
Outdoor performance goes urban – die Mountain Athletic Kollektion

PARIS 70
Von Opium bis Street Machine – le tour formidable de Sneakerism



DJINNS 84
Zu Besuch beim Sneakerlabel aus Mülheim an der Ruhr

FOOT LOCKER 86
Sneakers for a Lifetime

SIMSALABLING 90
Stippvisite beim CLVII Store in Berlin

THE GLOSS 92
»STORE PROFILE«

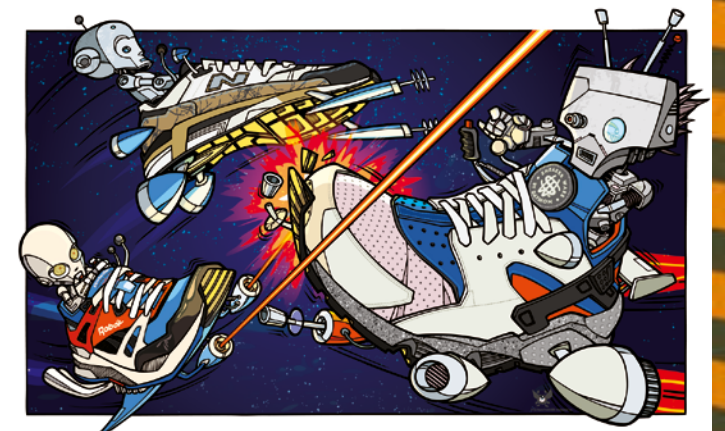
NASH MONEY 94
Destroy and Rebuild – Customizer at work

KIDS & KICKS 104
Über den Hype um Kleinst-Sneaker



ROOS BLACK 112
Timewarp auf Sohlen

DAYMON GREULICH 126
Australian Poster Boy





Text: Nada Carls

CLVII

SIMSA LA BLING! – ODER DOCH
EHER “LACES ÖFFNET EUCH!”?



Mystisch stellt sich der Berliner CLVII Store vor und macht PR-wirksam neugierig: ein unsichtbarer Backstage-Showroom, Geschäftsführer, über deren Identität lediglich spekuliert wird und Ware, die verkauft ist, bevor sie überhaupt in den Regalen landet. Und damit hat Berlin seinen exklusiven Streetwear- und Sneakerladen mit Blingfaktor im Wohlstandskiez Charlottenburg.

Nachdem der gleichnamige große Bruder in Paris 2006 erfolgreich durchgestartet ist, steht die deutsche Hype- & Hauptstadt mit ihrer Version des Konzeptstores CLVII seit Oktober '08 dem französischen Pionier in nichts nach. Eine nennenswerte Hausnummer also, denn CLVII als römische 157 ist auch die Adresse der Pariser Dependence in der Luxus-Shoppingmeile Rue du Faubourg Saint-Honoré. Mit der Seitenstraße des Kurfürstendamms haben sie, wie auch schon Titus Zoopreme, eine feine Nachbarschaft zwischen repräsentativen Altbauten mit Stuckdekor und schicken Kutschen vor der Tür gewählt.

Minimalismus statt Masse: Auf cleanen 35 m² bringt die CLVII-Crew teils streng limitierte und fein selektierte Stücke aus den Bereichen Sneaker, Streetwear, Haute Couture, Accessoires mit einem Extrahauch Fashion 'n' Luxus an den Mann mit Geschmack und die Lady mit Ahnung. Und Styleschätze zu entdecken gibt es hier jede Menge – von Rihannas aktuellen Lieblingssonnenbrille bis hin zu raren Items, die man normalerweise nur im Internet zu sehen bekommt. Generell lässt sich die Labelliste von CLVII nicht lumpen: Die Auswahl von adidas und Alife über Margiela und Pierre Hardy bis hin zu Joyrich und Kidrobot spiegelt den mutigen Mix aus Streetwear und Luxus.

Exklusivität ist das Dogma, dem sich CLVII offenbar verschrieben hat. Das zeigt sich nicht nur im deutschlandweit alleinigen Vertrieb von Brands wie Yum-Yum, Ksubi oder Ato Matsumoto. Auch die T-Shirts vom frisch gelaunchten Pariser Label Hype Means Nothing werden ausschließlich über Colette Paris und CLVII Berlin



verkauft – ein Labelname mit Programm für CLVII? Nicht wirklich, wenn man die Jungs nach ihrer Philosophie fragt: „Wir wollen, dass die Leute verstehen, was Hype wirklich bedeutet. Um Stil zu beweisen reicht es nicht sich von Kopf bis Fuß in etablierten Luxuslabels zu kleiden. Echte Styler kombinieren: Jeans von Ksubi, T-Shirt von Hype Means Nothing, High-Tops von Creative Recreation, Pull-In Underwear und dazu eine diamantbesetzte Uhr von Delacour für 20.000 Euro – who cares?“ Nun, mit Sicherheit das Portemonnaie des Einen oder Anderen.

Gleiches gilt für das ultraexklusive Sneaker-Customizing: Zum 26. Geburtstag bekam Lil' Wayne ein Paar Supra Skytops mit silbernen Allover-Glitzerdekor und persönlicher Stickerei von CLVII geschenkt. Ein exklusiver Dienst, den jeder in Anspruch nehmen kann – vorausgesetzt, es ist einem bis zu drei große Scheine wert. Nach Ansicht der CLVII'ler lassen sich passionierte Fashionistas und sammelwütige Sneakernerds das nächste Exponat für den musealen Kleiderschrank gerne etwas kosten.

Beim Interieur setzt man auf Understatement in weiß, während sich der U-Bahn Plan der Pariser Metro in Rosa-Blau-Orange über die Wände schlängelt. Die Jungs pushen den Hype und zelebrieren Style-Pimping – das der Geist von Pharell, Kanye & Co springt zwischen den samtüberzogenen, selbstverständlich CLVII-gebrandeten, Bügeln förmlich hervor. Dennoch,

„Echte Styler kombinieren: Jeans von Ksubi, T-Shirt von Hype Means Nothing, High-Tops von Creative Recreation und dazu eine diamantbesetzte Uhr von Delacour für 20.000 Euro – who cares?“ Nun, mit Sicherheit das Portemonnaie des Einen oder Anderen.

sie verweigern beschränkte Stilzwänge, die (Musik-) Szenen einem zu oft diktieren wollen. Derartige Schubladen werden hier neu durchsortiert, so dass sich Style, Hype und Luxus problemlos im Cross-Over vereinen lassen. Anything goes eben.

Das Konzept von CLVII ist, wie so oft, die Verwirklichung eines lang gehegten Traumes junger Jahre. Limited Edition T-Shirts, richtig große Uhren und Hingucker-Kicks, mit denen man die Ladies im Club beeindruckt. Auch Opinionleader und Promis scheinen auf die exklusive Selektion anzuspringen und so entblättert sich das kleine CLVII-Geheimnis, das voraussichtlich weiterhin nur Auserwählte kennenlernen werden: den verborgenen Backstagebereich. Wer hier Eintritt gewährt bekommt, mag vielleicht auch ein Sneakerfaible haben, aber dann eher für die sportlichen Fußkleider mit Swarovskiapplikationen. Im gediegenen Ambiente werden hier zwischen schwarzem Flügel, Kamin und weißer XXL-Ledercouch feuchte Luxusträume wahr. Neben Thierry Henry shoppt hier Jerome Boateng und auch Karl Lagerfeld schaut ab und an gern vorbei, um sich zum inspirierenden Styleplausch zu treffen. Wer denkt, er könne sich demnächst mit Monsieur Karl über die nächste mögliche Chanel-Collabo austauschen, wird allerdings enttäuscht abblitzen – diese Form des High-Class-Shoppings wird nur demjenigen vorbehalten bleiben, der ernsthafte Kaufambitionen hegt.

Secret Showroom und Luxus-Sneaker? No idea. Wir zücken den Neuralizer als zeitgemäßen Zauberstab und nach einem grellen BLITZ-DINGS haben wir lediglich über den exklusiven 35m² Streetwear- und Sneakerladen unweit des Ku'damms berichtet, der unbedingt einmal besucht werden will.



CLVII Berlin
Meinekestr. 5, 10719 Berlin
Tel: +49 30 88 67 60 67
Mo-Sa: 11:00 bis 20:00 Uhr
www.clvii-berlin.com