

THE MANUAL

SPRING/SUMMER 2018

Be Brothers



BRÜHL

FINE TROUSERS
SINCE 1923

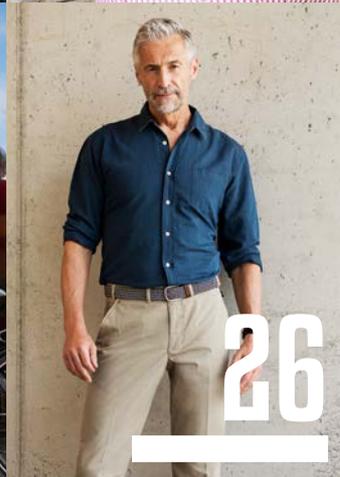
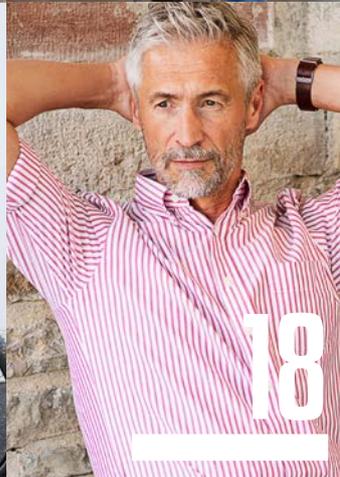
Herausgeber · *Publisher*: C. Brühl GmbH & Co. KG · Bürgerstraße 12 · 36199 Rotenburg a.d. Fulda
phone: +49 6623 814-0 · E-Mail: info@c-bruehl.com · www.c-bruehl.com ©.

Mit freundlicher Unterstützung durch Winora | *kindly supported by* Winora · www.winora.de

Photos Campaign: Ingo Peters, www.peters-photography.de
Creative Direction: Karin Benzing
Layout & Art Direction: Blauberg GmbH, www.blauberg.de

INDEX

WWW.C-BRUEHL.COM



BESUCHEN SIE UNS AUF FACEBOOK 



EDITORIAL

UNSER BEWEGGRUND

Wir leben in einer schnelllebigen Zeit. Dies trifft nicht ausschließlich, aber im Besonderen auf unsere Branche zu. Geschwindigkeit und Beschleunigung sind allgegenwärtig und überholen sich manchmal scheinbar selbst. Gleichzeitig sehnen sich viele nach Entschleunigung und - bezogen auf die Mode - nach einem saisongerechten, am tatsächlichen Bedarf orientierten Warenmanagement.

Auch uns bewegen viele Dinge, bei der täglichen Arbeit. Wir können trotz der allgemein schwierigen Saison ein positives Fazit ziehen. Darüber freuen wir uns und möchten uns bei Ihnen bedanken. Vor allem das Produkt und unser Service haben überzeugt. Unsere Anstrengungen im Vertrieb und Marketing wurden anerkannt. Wir haben viel positives Feedback für unsere stetige Weiterentwicklung erhalten.

Wir ruhen uns nicht aus, sondern bleiben offen für Veränderungen und Entwicklungen. In der kommenden Saison erwartet Sie eine stilistisch ausgereifte BRÜHL Kollektion mit vielen Innovationen rund um Qualitäten, Leistungsmerkmalen und Ausstattungsdetails. Vor allem B.BROS wird Sie überraschen: Schärfer abgegrenzt zu BRÜHL, eigenständiger und moderner im Look sowie fokussiert auf Optik und Silhouetten!

Einer unserer zentralen Beweggründe ist Zeitgeist: Wir wollen gemeinsam mit Ihnen erfolgreich sein. Partnerschaftlich und fair agieren. BE BROTHERS!

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre unseres neuen MANUALS und natürlich freue ich mich über Ihr Feedback.

Herzlichst, Ihr

OUR MOTIVATION

We are living in fast-paced times. This affects all of us in the "menswear trade". Things are constantly changing and circumstances changing, at what sometimes seems to be breakneck speed. Many would like to see things slow down a little and, when it comes to fashion, would like to see seasonally adapted goods management oriented towards actual demand, and the realities of retail.

We, too, are affected by many things in our daily work. We can draw plenty of positives from our last season, and our company's development. We are really happy about that and would like to take this opportunity to thank you, our customer. It seems that the Bruhl product and our service have impressed customers, and enabled us to add many new ones... Our efforts in sales and marketing have also been recognized. We have received a lot of positive feedback regarding our development, and, of course, we will strive to continually improve upon this...

We are not about to relax; on the contrary, we remain open to changes and developments. In the coming season, you can expect a sophisticated BRÜHL collection with many innovations in terms of quality, features and design details. B.BROS in particular is likely to spring a surprise: more distinct from BRÜHL, more independent and more modern in look -with a focus on visuals and silhouettes!

One of our central motivations is to maintain our vitality, progress and brand building: We want to be successful together with you. To work fairly and in partnership. BE BROTHERS!

I hope you enjoy reading through our new MANUAL and would of course be grateful for any feedback.

Best regards,

Maro Nachtrab

L: BRÜHL PARMA | 182950
R: B. BROS MARO | 183110



Be Brothers

BROTHER

noun [bruht-er]

a person who is there when you need him;
someone who picks you up when you fall;
a person who sticks up for you when no one else will;
a brother is always a friend.



TRAVEL STAR

Die ultimative Reise- und Freizeithose.
So funktional wie nie zuvor.

*The ultimate travel and leisure trouser.
As functional as never before.*



BRÜHL PARMA | 183060







ULTRALIGHT
& SOFT



LIGHT FABRIC
FANTASTIC TOUCH



ACTIVE PANTS.

STATEMENTS-GUIDO ESSER, HEAD OF PRODUCT MANAGEMENT & DESIGN AT BRÜHL

WIE KAMEN SIE AUF DIE IDEE ZU ACTIVE PANTS?

G. Esser: Wir wollten eine Hose entwickeln, die technisch und funktional die gewohnten BRÜHL Produktvorteile bietet und gleichzeitig auch für die individuell verschiedenen sportlichen Aktivitäten des Alltags geeignet ist. In gewisser Weise also einen „beweglichen allwettertauglichen Allrounder“ mit modischem Anspruch. Eine Hose, die über Alters- und Gewichtsgrenzen hinweg dem „Zeitgeist der Mobilität“ entspricht, mit der „Mann“ bspw. morgens mit dem E-Bike ins Büro fährt, dann tagsüber dort arbeitet und die abends im Kino oder Restaurant auch eine gute Figur macht.

WAS ZEICHNET DIE HOSEN „RAVENNA“ UND „CREMONA“ BEIM MATERIAL, WAS BEI DER FUNKTION AUS?

G. Esser: Wir bieten viele Features - typisch für BRÜHL stehen Komfort und Funktion im Fokus. Das Material trocknet schnell, ist pflegeleicht, knitterresistent, super soft, bietet dank High-Stretch einen top Tragekomfort, ist atmungsaktiv und wasserabweisend. Selbstverständlich gehört ein Dehnbund mit zum Ausstattungspaket. Das Material ist eine Baumwoll-Polyamid-Elasthan Mischung. Die Hose kommt als Flatfront.

IN WELCHEN GRÖSSEN / LÄNGEN BZW. FARBEN BIETET BRÜHL DIE HOSEN AN?

G. Esser: Die Hosen werden in dunklem Blau, Schwarz, Steel und Sahara jeweils mit der Akzentfarbe Ozean bzw. Lime, in den Größen 46-64 bzw. 24-36 angeboten.

WELCHE ZUSÄTZLICHEN AUSSTATTUNGSDETAILS BIETET BRÜHL AN?

G. Esser: Eigens unten im Saum und oben im Bund integrierte Reflektorstreifen sorgen für mehr Sicherheit zu jeder Tageszeit. Es gibt insgesamt 5 Taschen, 2 Backpacks und 3 vorne. Starke farbliche Kontraste setzen Lime und Ozean, die bei Reißverschlüssen, Knöpfen, Innenfutter und beim Garn zum Einsatz kommen. Spezielle Abnäher an der Kniepartie sind den typischen Bewegungsabläufen des Knies angepasst und steigern allgemein die Bewegungsfreiheit.

HOW DID YOU COME UP WITH THE IDEA OF ACTIVE PANTS?

G. Esser: We wanted to develop trousers that would offer the usual BRÜHL product benefits both technically and functionally, but also at the same time be suitable for the various different sporting activities in individuals' everyday lives. To a certain extent, therefore, we strived to find a "versatile all-round trouser, suitable for any weather" that was also designed to be fashionable. Trousers that match the "dynamism of mobility" whatever your age and weight, worn by the man of tomorrow, for example, on his way to the office on his e-bike, where he spends the day working, before also looking great when worn later at the cinema or restaurant.

WHAT IS SPECIAL ABOUT THE "RAVENNA" AND "CREMONA" TROUSERS IN TERMS OF MATERIAL AND FUNCTION?

G. Esser: We offer many features - as you'd expect from BRÜHL comfort and function are the priorities. The fabric dries quickly, is easy care, wrinkle-resistant, super soft, offers top-notch wearing comfort thanks to being high-stretch, and is breathable and water-resistant. Of course, a stretch waistband is part of the range of features. The material is a mixture of cotton, polyamide and elastane. The trousers have a flat front design.

IN WHAT SIZES / LENGTHS DOES BRÜHL OFFER THESE TROUSERS?

G. Esser: The trousers are available in dark blue, black, steel and Sahara, each with ocean or lime contrasts, in sizes 46-64 or 24-36.

WHAT OTHER DESIGN DETAILS DOES BRÜHL OFFER?

G. Esser: Special reflector stripes integrated into the lower hem and further up around the waistband ensure greater safety at any time of the day. There are five pockets in total: two at the back and three at the front. Lime and ocean provide strong colour contrasts noticeable in the zips, buttons, inner linings and thread. Special tucks close to the knee area are adapted to cater for the typical movements of the knee and to offer generally an increase freedom of movement, for the wearer.

BRÜHL CREMONA | 183070



E-BIKES.

STATEMENTS FLORIANNIKLAUS, SENIOR PRODUCT MANAGER AT THE WINORA GROUP

WIE HAT SICH DER MARKT DER E-BIKES IN DEN LETZTEN JAHREN VERÄNDERT? WIE SCHÄTZEN SIE DIE ZUKUNFT EIN?

F. Niklaus: Der E-Bike-Markt wächst seit einigen Jahren konstant und schnell. Neben Ländern wie Deutschland, Österreich und der Schweiz, in denen das E-Bike in all seinen Ausprägungen (von sportlich bis komfortorientiert) bereits den Durchbruch geschafft hat, prognostizieren wir ähnliche Entwicklung auch für Länder wie Italien und Frankreich. Die Zukunft sehen wir überaus positiv, denn es gibt in vielen Bereichen noch großes Potenzial.

HOW HAS THE E-BIKE MARKET CHANGED IN RECENT YEARS? HOW DO YOU ASSESS THE FUTURE?

F. Niklaus: The e-bike market has been growing quickly and steadily for some years now. Alongside countries like such as Germany, Austria and Switzerland, where the e-bike in all its varieties (from sporty to comfort-oriented) has already seen huge increases in popularity, we envisage similar developments in countries like such as Italy and France. We see the future outlook as being really positive, because there is still a lot of potential to tap in to.



WAS VERSTEHEN SIE BEI WINORA GENAU UNTER E-BIKE?

F. Niklaus: Mit unseren Marken sprechen wir unterschiedliche Zielgruppen an: Vom komfortorientierten Fahrer bis hin zum hochsportiven E-Biker, vom Citybiker bis hin zum Radreisenden. So unterschiedlich die Zielgruppen sind, so verschieden sind die Radkonzepte, die wir bieten. Mit dem Winora Radius beispielsweise fokussieren wir junge urbane Menschen. In den Städten ist Platz immer ein großes Thema – mit einem schwenkbaren Vorbau, klappbaren Pedalen und einem Rahmendesign, das das Tragen des Rades einfacher macht, versuchen wir Lösungen für Probleme zu finden.

WIE SIEHT DER TYPISCHE WINORA-KUNDE AUS?

F. Niklaus: Den klassischen Kunden gibt es bei uns einfach nicht. Die Fahrradbranche ist da ganz gut mit der Automobilbranche vergleichbar, wo unterschiedliche Serien und Ausstattungen auch verschiedene Menschen ansprechen. Genauso ist es auch im Bike-Bereich.

WHERE DOES WINORA STAND EXACTLY IN THE E-BIKE SEGMENT?

F. Niklaus: We address different target groups with our brands: from comfort-oriented riders to sporty and active e-bikers, from city bikers to bicycle tourists and travellers. We offer different bicycle concepts to cater for the variety in our target groups. With the Winora Radius, for example, we focus on young, urban people. Space is always a hot topic in the cities – with a flip-flop stem, foldable pedals and a frame design that makes the bike easier to carry, we try to find solutions to problems.

WHAT DOES THE TYPICAL WINORA CUSTOMER LOOK LIKE?

F. Niklaus: We simply do not have a traditional type of customer. The bicycle sector can be compared with the car industry, where different models and equipment appeal to different people. It's just the same in the bike segment.

WINORA







SUMMER
WOOL
LOOK 





BRÜHL GENUA III | 183050





BRÜHL VENICE | 182960

BRÜHL PARMA | 182950



CERATEC
Fantastic Fabric
Controller

The Ceratec tag features four circular icons at the bottom: a crown, a hand holding a piece of fabric, a stop sign, and a flame. The background of the tag is dark with a pattern of overlapping circles.



L: B.BROS ALFREDO | 183080
R: BRÜHL GENOVA | 190970





VENICE TURN | 182609



