

Nº1

SPRING SUMMER 2022
WOMENSWEAR



BRAX Paper



WELCOME BACK

Nach einer scheinbar nicht enden wollenden Phase physischer Distanz und sozialer Askese hat sich in den letzten Wochen ein Licht am Horizont aufgetan, das mehr und mehr zu einem hellen Leuchten heranwächst. Wie lange haben wir auf geöffnete Geschäfte, Bars, Restaurants gewartet? Die Kultur kommt zurück. Fröhliche Gesichter vor und hinter den Ladentheken. Und wie aufs Stichwort kommt der Sommer noch dazu. Das Leben ist schön.

Die vermeintlich ruhigen Monate haben wir genutzt, um unsere Hausaufgaben zu erledigen. Alles hinterfragt. Ohne Denkverbote. Jetzt erfüllt es uns mit großer Freude, dass die Kollektionen klarer und punktgenauer geworden sind und Menschen erreichen, die sich von einem modernen Casual Stil begeistern lassen.

Wir spüren Mut und Aufbruchstimmung von allen Seiten. Der Rückzug ins Digitale hat den Blick geweitet und eine besondere Neugier auf das Neue und Unerwartete geweckt. „From screen into nature“ lautet dazu das Motto unserer zentralen Themenwelt Re-Nature. Weg vom Bildschirm, raus in die Natur. Mode war lange nicht mehr so spannend wie heute.

Freuen Sie sich auf 48 Seiten Kollektions-Insides mit spannenden Neuheiten und tollen Themen, die davon erzählen, was mit Optimismus und Leichtigkeit, Kraft und Kreativität im Team alles möglich ist.

Freuen Sie sich mit uns auf Veränderung.

After a seemingly never-ending phase of physical distance and social asceticism, there is a light on the horizon that is growing to be very bright. How long have we been waiting for this? Open shops, bars and restaurants. Culture is coming back. Happy faces in front of and behind the counters. And right on cue, the summer is also here. Life is beautiful.

We used the supposedly quiet months to do our homework. Questioned everything. No-holds-barred. Now we are full of pride, because our collections have become clearer and more pinpoint and reach people who are thrilled by a modern casual style.

We feel courage and an optimistic mood from all around. A retreat in the digital realm widened perspectives and inspired a particular curiosity for new and unexpected things. The motto of our central themed world Re-Nature is „From screen into nature“. Away from the screen, out into nature. Fashion has not been as exciting as it is today for a long time.

Look forward to 48 pages of collection insides with exciting novelties, great themes that tell about everything that is possible with optimism and ease, strength and creativity in a team.

Join us as we look forward to change.

TOM WESSLING

BLUE PLANET
SUSTAINABLE PRODUCTS BY BRAX

Ende letzten Jahres hat der BUND (Bund für Umwelt und Naturschutz) nachgefragt: Wie groß ist der Veränderungswille in der Bevölkerung angesichts der Klimakrise? 85% der Deutschen wären demnach zu deutlichen Einschränkungen ihres Lebensstils bereit für den Kampf gegen Umweltverschmutzung und zum Schutz des Klimas. 8 von 10 Menschen würden ihr Verhalten ändern. Jüngere eher als Ältere, Frauen etwas mehr als Männer. Die Antworten waren überraschend eindeutig.

Die Pandemie hat bei vielen etwas angestoßen und Fragen aufgeworfen nach den Dingen, die wirklich wichtig sind: Weniger zu besitzen, dafür mehr auf gute Qualität zu achten. Das Thema Nachhaltigkeit ist ein großes Stück gewachsen im Relevant-Set der Menschen. Und das finden wir gut, denn es beweist, dass wir in unserem Engagement, mit Blue Planet mehr für die Umwelt zu tun, genau richtig liegen.

Es gelingt nicht immer, aber nachhaltig leben ist auch kein Wettbewerb, bei dem nur die Besten gewinnen. Jeder Schritt zählt. Deshalb haben wir dieses Heft z.B. auf FSC® Papier gedruckt, das eine verantwortungsvolle Rohstoffherkunft garantiert.

At the end of last year, the government asked: how big is the population's willingness to change in light of the climate crisis? 85% of Germans surveyed would be prepared to allow significant restrictions to their lifestyle for the fight against environment contamination and to protect the climate. 8 out of 10 people would change their behaviour. Younger people more than older people, women somewhat more than men. The response was surprisingly clear.

The pandemic caused a change for many and made people ask questions about what is really more important to them: to own less, but pay more attention to good quality. The topic of sustainability grew substantially in the relevant set of people. And we think that's good, because it shows that we are taking the right step with our commitment to doing more for the environment.

It doesn't always work. That's not objectionable. Sustainable living is not a competition where only the best win. Every step counts. It depends on each and every one of us. That is why we printed this pamphlet on FSC® paper, which guarantees the responsible origin of raw materials, and this is something we will use more frequently in the future.



BLUE PLANET



STYLE. TOKIO 94-6377/24



LOVE YOUR MOTHER EARTH - BLUE PLANET!

Die Reduzierung des Einsatzes von Ressourcen ist in unserer DNA verwurzelt.

100% der BRAX Denim Kollektion sind mittlerweile BLUE PLANET.

Alle Jeans werden nachhaltig gewaschen und erreichen den grünen EIM score. Zusätzlich verwenden wir mit Organic Cotton und Tencel[®]TM verstärkt zertifiziert nachhaltige Materialien.

Reducing the use of the worlds resources is rooted in our DNA.

100% of the BRAX Denim collection is now BLUE PLANET.

All jeans are washed sustainably and reach the green EIM score. In addition to all this, we are increasingly using certified sustainable materials like Organic Cotton and TencelTM.

It's cool to care!

LOTHAR GERENT

STYLE: TOKIO 94-6377/24 STYLE: LISA 34-4057/59 STYLE: SHAKIRA S 74-1007/14



„In der aktuellen Kollektion haben wir den Fokus bei den Entwicklungen noch stärker auf nachhaltige Produkte und Produktionsverfahren gesetzt. Für Sommer '22 kalkulieren wir unter der Dachmarke Blue Planet übergreifend Wo/Men mit einem Anteil von fast 65% nachhaltiger Produkte. Das ist ein tolles Ergebnis, mit dem wir die selbst gesetzten Ziele teilweise sogar übertreffen. Besonders freut es mich, dass es gelungen ist, Blue Planet in unserer stilistischen DNA zu verankern und dem Selbstverständnis für Nachhaltigkeit damit noch mehr Gewicht zu verleihen. So zeigen wir, dass Konsum und Gutes für die Umwelt zu tun, sich gegenseitig nicht ausschließen.“

“In the current collection, we have placed the focus during development even stronger on sustainable products and production procedures. For the summer of 2022, we are expecting nearly 65% of our products to be sustainable under the Wo/Men umbrella brand of Blue Planet. This is a great result that allows us to even surpass some of our own goals we set. I am particularly excited that Blue Planet has been able to be anchored in our stylistic DNA and thereby allow the understanding for sustainability to gain even more weight. This is how we show that consumption and doing something good for the environment are not non-exclusive.”



JULIA FÖLSCH



STYLE. VIC 44-6207/99 STYLE. BARRY 34-3897/56 STYLE. MEL S 74-3257/56



BLUE PLANET

STYLE. VILA 44-5437/87 STYLE. MELO S 74-7847/22



STYLE. NANCY 34-4157/33 STYLE. ANN 34-4157/33 STYLE. MERRIT S 74-3357/33 STYLE. PADUA 94-6387/33



RE-LOUNGE

JERSEY UND RELAX GEHEN IM SOMMER IN DIE 2 RUNDE. SMART UND ENTSPANNT STEHT BEI RE-LOUNGE DIE IDEE DES EVERY DAY KOMFORT „FROM AM TO PM“ IM FOKUS.

RE-LOUNGE

JERSEY AND RELAX GO IN THE 2ND ROUND IN SUMMER. SMART AND RELAXED, RE-LOUNGE FOCUSES ON THE IDEA OF EVERY DAY COMFORT "FROM AM TO PM".



RE-LOUNGE



STYLE. LANA 34-4157/36 STYLE. IVY 34-4707/99 STYLE. VIC 44-6777/33
STYLE.MERRIT S 74-7807/27 STYLE.GÜRTEL 54-0867/99



STYLE. IVY 34-4707/98 STYLE. LIZ 34-4127/33 STYLE. MAINE S 74-3757/32

RE-LOUNGE

BRAX LAB

Gegensätze ziehen sich bekanntlich an. Waren Natur und Technik bisher oft nicht die allerbesten Freunde, bilden sich auf diesem Feld interessante Allianzen. Wer hätte gedacht, dass Flugdrohnen neben dem privaten Vergnügen auch beim Aufspüren von Waldbränden oder dem Erhalt der Artenvielfalt eine wichtige Rolle übernehmen.

Das Ineinandergreifen von Technik und Natur; stand als zentraler Ansatz früh im Blickpunkt der Entwicklungen für die neue BRAX Lab Kapsel Kollektion. Smart, sportiv und mit der Idee von Komfort und Performance liegt ein besonderer Schwerpunkt der modischen Kapsel Kollektion in der Kombination von natürlichen Materialien mit innovativen Verarbeitungstechniken.

„From am to pm“- Alles geht zusammen, zu jeder Tageszeit, zu jedem Anlass. Im Fahrwasser einer neuen Sportswear Bewegung, die den Spirit der 90er Jahre aufnimmt, entwickelt BRAX Lab sich weiter in Richtung moderner Urban Everyday Wear.

Sportives Detailing und ein modernes Branding Konzept haben den modernen Zielkunden im Blick. Mit einem fokussierten Farbkonzept, entwickelt sich die noch junge Kapsel mit FEEL GOOD-DNA zu einem wichtigen Impulsgeber für die Gesamtmarke BRAX.

Opposites are known to attract. If nature and technology were often not always the best of friends, they are forming interesting alliances in this field. Who would have thought that drones, in addition to private amusement, would take on an important role in discovering forest fires or preserving biodiversity.

The meshing of technology and nature has long been a central approach regarding developments for the new BRAX Lab capsule collection. Smart, athletic and with the idea of comfort and performance, the fashionable capsule collection places a special concentration on the combination of natural materials with innovative processing technologies.

„From AM to PM“ - everything fits together, at any time of the day, for any occasion. Following the trend of a new sportswear movement that brings the spirit of the 90s back to life, BRAX Lab is continuing to develop in the direction of urban everyday-wear.

Sporty details and a modern branding concept have an eye on the modern target customers. With a focussed colour concept, the young capsule with FEELGOOD-DNA is developing into an important driving force for the entire BRAX brand.

BRAX LAB
»



STYLE.FELIPA 44-8847/99



STYLE. FAREEN 34-8707/55





STYLE. FAREEN 34-8707/55



„Grundsätzlich mögen wir für Sommer stärkere Konturen in Verbindung mit Volumen und Länge. Puristisch gestylte Hemdblusenkleider, ärmellose Sweat-shirts mit leichten Schulterpolstern stehen beispielhaft für die Idee der klaren Linienführung bei Lab.

Farblich sehen wir die Kombination aus Camel, Weiß plus Schwarz. Utility Elemente sind wichtig, genauso wie kontrastiges Branding. Das Feld der Tech Accessories bleibt wichtig und schafft Berührungspunkte zum Performance Bereich.“



JULIA FÖLSCH

„In general, we like stronger contours in connection with volume and length for the summer. Puristic shirtdresses, sleeveless sweatshirts with light shoulder pads, for example, stand for the idea of clear line mangement at Lab.

The colours we see are combinations of camel, white and black. Utility elements are important just as contrast branding. The Tech Accessories field remains important and creates points of contact to the performance area.“



STYLE.FIL 34-8207/99 STYLE. JANE 74-3107/99 STYLE. FRAN 94-8847/55





STYLE.JIL 74-3107/99 STYLE.FAYNE 34-8207/57



STYLE.FIL 34-8147/99 STYLE.FELIPA 94-8847/99 STYLE.LOU 74-5307/02

RE-NATURE

Ausgiebiger als über das Impfen wird im Freundes- und Kollegenkreis zurzeit nur über das Thema Reisen gesprochen. Wir alle sehnen uns nach neuen Eindrücken, Abwechslung oder einfach nur nach Tapetenwechsel.

Diese Sehnsucht war es, die uns vor fast einem Jahr erfasste und zum zentralen Saisonthema Re-Nature führte.

Das viele Zuhause-Sein und das Arbeiten in den eigenen vier Wänden, Treffen nur Digital und am Screen: Das alles hat uns etwas Gutes zurückgebracht. Wir haben wiederentdeckt, wie wichtig Natur für uns ist. Ohne einen Balkon, einen Wald oder einen See in der Nähe wären wir nicht so gut mit den Sorgen und Unsicherheiten zurechtgekommen.

Wir haben darauf reagiert - mit Kollektionen, die diese Leichtigkeit aufgreifen.

Re-Nature: Raus aus den eigenen vier Wänden, rein in die Natur. Materialien wie Leinen und Baumwolle reflektieren die wieder erwachte Lust auf Natur, den wieder entdeckten Spaß am Rausgehen. Und auch die Farben der Saison passen sich diesem Trend an. Ein besonderer Casual Geist entfaltet seine Wirkung. Grün und Naturtöne sind die Aufsteiger der Saison.

Bleiben Sie entspannt und lassen Sie sich begeistern von der neuen Gelassenheit. Der Sommer kann kommen.

The only thing that friends and colleagues talk about more than vaccinations these days is traveling. We all are longing for new impressions, a distraction or simply just a change of scenery.

This desire inspired us nearly a year ago and led us to the central seasonal topic of Re-Nature.

Being home a lot and working at home, only meeting digitally and on a screen. All of that brought us something good back. We rediscovered how important nature is to us. We would not have managed our worries and uncertainties so well without a balcony, a forest or a lake nearby.

We reacted to this - with collections that embody this lightness.

Re-Nature: out of your four walls, into the nature. Natural materials like linen and cotton reflect the reawakened desire for nature, the rediscovered fun going outside. And the season's colors also fit to this trend. A special casual spirit takes effect. Green and natural tones are the newcomers of the season.

Stay relaxed and let the new serenity inspire you. Summer can come.



STYLE. LIZ 34-4137/59 STYLE. IVY 34-4707/98 STYLE. MARON 74-5047/55



„Optimismus, neue Energie und Leichtigkeit waren prägend für die Stilistik von Re-Nature. Farblich sind Naturtöne wie Bast, Muscat und Off-White Must Haves. Dazu kommen mit Holy Purple und Crunchy Pink Farbtöne, deren energetische Sättigung sinnbildlich für die zurückkehrende Leichtigkeit und Optimismus stehen.

Layering ist ein besonderes Styling-Thema. Das entspannte Übereinander spiegelt wichtige Impulse der 90er wider. Mit Boxy Knit, Sweat oder verlängerter Bluse greifen überschnittene Silhouetten und neue Ärmellösungen diesen Geist auf.

Cargo-Elemente, grafisch platzierte Nähte, vertiefte Tascheneingriffe oder Bundfalten sind bei Hose wichtige Stilmittel. Fließende Materialien wie Tencel™ oder Lyocell™ stehen für eine insgesamt entspannte Grundhaltung im nächsten Sommer.“

„Optimism, new energy and ease were driving forces behind the Re-Nature style. Natural tones such as bast, muscat and off-white are must-have colors. In addition to this we also used holy purple, crunchy pink colors. Their energetic saturation is symbolic for the returning ease and optimism.

Layering is a special styling topic. The relaxed overlapping reflects important impulses of the 90s. With boxy knit, sweat or extra-long blouses, overcut silhouettes and new sleeve solutions take up this spirit. Cargo elements, graphically placed seams, deep pocket openings or pleats are important stylistic elements for pants. Flowing materials such as Tencel™ or Lyocell™ stand altogether for a relaxed attitude for the next summer.“



JULIA FÖLSCH



STYLE. BRILEY 34-9407/53 STYLE. IVY 34-4707/99 STYLE. FARINA 74-2207/99



STYLE. BAILEE 34-6847/59 STYLE.MEL B 74-2207/99



STYLE. IVY 34-4707/99 STYLE.VELA 44-5437/59 STYLE. MAINE 74-5707/57



STYLE. RACHEL 34-7257/86 STYLE. MERRIT S 74-3207/86



LIGHT & EASY

NEW ENERGY, HAPPY COLOURS. MIT OPTIMISMUS UND LEICHTIGKEIT GEHT ES IN DIE NÄCHSTE SAISON. FRISCHE FARBEN, ULTRALICHTE MATERIALIEN TRETEN AN, DEN SOMMER MIT NEUER VITALITÄT ZU EMPFANGEN.

LIGHT & EASY

NEW ENERGY, HAPPY COLOURS. WITH OPTIMISM AND EASE IT GOES INTO THE NEXT SEASON. FRESH COLORS, ULTRA-LIGHT MATERIALS SET OUT THE SUMMER WELCOME WITH NEW VITALITY.



STYLE. IVY 34-4707/82 STYLE. DAKAR D 94-6147/27 STYLE. MELO S 74-7847/27

LIGHT & EASY



LIGHT & EASY

STYLE: IVY 34-4707/82 STYLE: LIZ 34-4137/82 STYLE: KLARA 74-1804/82



BRAX
FEEL GOOD

© 2021 · BRAX WITTEKINDSTRASSE 16 · D 32051 HERFORD · WWW.BRAX.COM