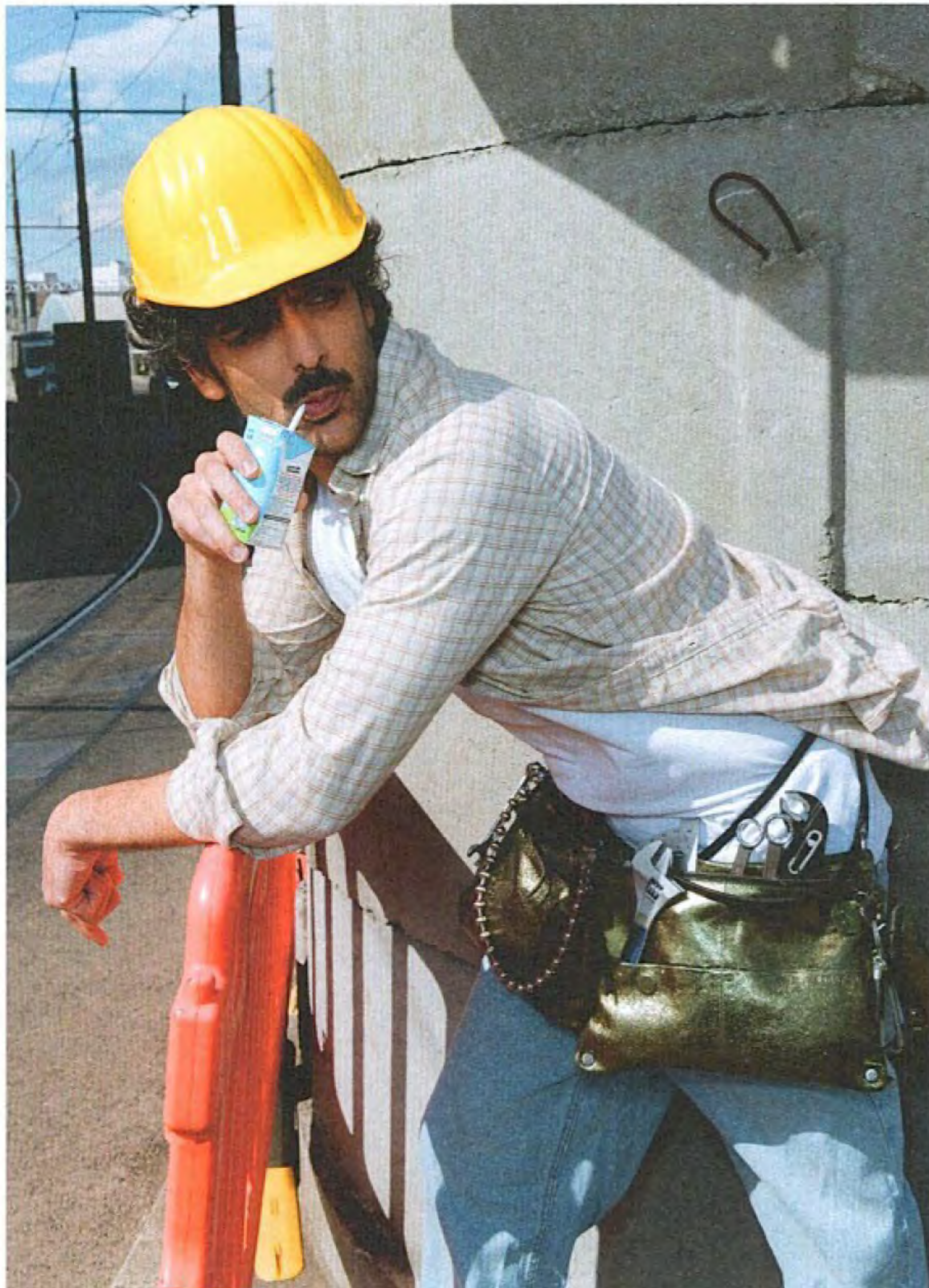


TASCHEN FÜR ALLE

Die neue Kampagne von INA **KENT** widmet sich augenzwinkernd der Gleichberechtigung.

TEXT LENA STYLE



IM 7. WIENER Gemeindebezirk gibt es gleich zwei Stores von INA KENT – und diese liegen nur fünf Fußminuten auseinander. Im Inneren der Shops hängen viele jener Taschen, die Designaficionados so glücklich machen. Die Wienerin, die seit ihrer Jugend ein Faible für Leder hat, gründete 2007 als Autodidaktin ihr gleichnamiges Label. „Moonlit“, das kleine, einfache Crossbody-Modell, war eine der ersten Taschen und gehört heute noch zu den Topsellern. Das liegt auch daran, dass sie leicht, klein, angenehm, wandlungsfähig ist und sich aufgrund ihrer Textur gut anfühlt. Die „Moonlit“ ist längst ein Markenzeichen der Designerin und in den verrücktesten Farben erhältlich. Apropos Markenzeichen: Jede Tasche von INA KENT ist auf den ersten Blick sofort als solche zu erkennen. Die großen Stärken aller ihrer Designs sind Zeitlosigkeit und Multifunktionalität. Im Laufe der Jahre entstanden viele verschiedene Taschenmodelle; ihnen ist gemeinsam, dass sie wandelbar sind und sich als Umhängetaschen, Clutches oder Hüfttaschen tragen lassen.

Frauen lieben es, mit ihren Accessoires zu spielen, aber wer sagt eigentlich, dass Männer dies nicht tun bzw. nicht auch solche Taschen brauchen könnten? Eigentlich kann jeder eine Tasche gebrauchen

– ob klein oder groß hängt von Faktoren wie Charakter, Beruf, Lust oder der Laune ab. Das Geschlecht spielt in unserer Gesellschaft eben eine Rolle – selten tragen Männer bunte, kleine Taschen, da diese immer noch als rein feminines Accessoire abgestempelt werden. Mit der neuen Kampagne wird die Frage aufgeworfen, ob es nicht an der Zeit wäre, Mode ohne Geschlechtergrenzen Platz zu machen und jeden individuell entscheiden zu lassen, was wie und wann getragen werden soll. INA KENT reflektiert unter dem Credo „make your choice“ die Möglichkeiten persönlichen Ausdrucks und das Privileg der Freiheit, Entscheidungen zu treffen. Als Designerin ist sie überzeugt davon, dass in ihrem Sortiment für jeden das passende Modell zu finden ist. Die Hauptsujets der Kampagne spielen mit Klischees und zeigen auf amüsante Weise Männer, deren Berufe auf den ersten Blick kenntlich sind: einen Landwirt, einen Türsteher, einen Bauarbeiter und einen Bürohengst. Sie alle tragen, als ob es selbstverständlich wäre, einige Modelle von INA-KENT-Taschen in ihrem Alltag – und freuen sich über ihr stilvolles Erscheinungsbild.

www.inakent.com

Fotos: Pascal Schrattegger