



Jean-Philippe Robert & Francois-Xavier Robert

Jacken avancierten vor einigen Saisons zum neuen It-Piece des winterlichen Outfits. Heute zählt Outerwear zum Nonplusultra durchdachter Streetwearstyles. Davon profitieren nicht nur die Platzhirsche der Branche, sondern auch Marken wie Quartz Co. Das 1997 in Kanada gegründete Jackenlabel wurde 2015 von Jean-Philippe Robert und seinem Bruder Francois-Xavier übernommen. Seitdem vereinen sie kanadisches Know-how mit zukunftsweisender Technologie und modernen Designs. Wir trafen den jungen CEO zum Kurzinterview. **Erzähl uns zu Beginn etwas über Quartz Co.?** Damals hieß das Label noch ‚Quartz Nature‘. Mein Bruder und ich sind vor vier Jahren eingestiegen und haben die Handwerkskunst behalten, aber das Design, den Look und die Distribution verändert. Die Idee war es, von Anfang an den technischen Aspekt von Outdoor mit urbanen Designs zu vereinen. Wir kommen aus Montreal, einer sehr kalten Stadt mit richtig kalten Wintern, viel Eis und noch mehr Schnee. Man will also warm und dick eingepackt sein, aber dabei auch gleichzeitig gut aussehen. Um beides zu vereinen, Funktion und Look, verwenden wir technische Stoffe, kanadische, hoch qualitative Daune, ebenso wie kanadisches, zertifiziertes Fell aus nachhaltigen Quellen. Aber am Ende des Tages ist die Idee hinter Quartz, einen leichten Mantel zu kreieren, der gut sitzt, einen warm hält und einen gut fühlen lässt.

Hat der anhaltende Outerweartrend euch einen Vorteil verschafft? Absolut. Meiner Meinung nach ist Outerwear die angesagteste Sparte der Modeindustrie. Es ist das Brot und Butter. Und die Menschen sind dazu bereit, in gute Mäntel und Jacken zu investieren, denn sie wissen, dass sie lange halten und zeitlos sind.



Nun ist der deutsche Winter mittlerweile zum einen fast willkürlich und zum anderen auch beinahe mild. Spürt ihr als Marke einen deutlichen Abverkaufs-, beziehungsweise Bedarfsunterschied im Vergleich zu anderen Ländern? Natürlich verkauft man mit einem harten Winter besser, als mit einem milden, aber wir beobachten das Wetter weltweit und der Winter kommt dann

doch irgendwie immer zurück – egal ob super kalt oder nicht. Der Vorteil von unseren Quartz Jacken ist, dass sie auch wasserdicht sind, was sie eben auch sehr praktisch und nützlich für Deutschland macht. Sie sind sicherlich keine Regenjacken, aber schützen vor den ungemütlichen Witterungen hierzulande. Aber hey, der Modeaspekt spielt nun mal auch eine große Rolle und da kommen unsere Daunenjacken allein optisch schon gut an, denn wir lehnen uns designtechnisch deutlich mehr an die europäische, als an die kanadische Erwartungshaltung an.

Nun habt ihr Quartz vor wenigen Jahren übernommen und bringt die Marke auf euren Kurs. Wohin genau soll es denn gehen? Unser Ziel ist es, im deutschen Markt zu expandieren, denn wir glauben, dass die Deutschen Qualitätsprodukte sehr zu schätzen wissen. Und: Alles wird nach wie vor in Kanada produziert. Gerade erst haben wir dort eine neue Fabrik erworben. Generell wollen wir in eigene Fabriken und somit auch in eine neue Generation von Herstellern investieren, denn uns ist sehr viel daran gelegen, eine Zukunft zu schaffen, die neue Technologien in Manufakturen bringt. Das ist unser Ziel und unser Investment.

Quartz Co. ist in über 280 Geschäften und 20 Ländern erhältlich. Weitere Informationen unter

de.quartz-co.ca

