

Strenesse Gabriele Strehle: Die Mode Eine Marke. Eine Frau. Eine Haltung.

Wie hat Gabriele Strehle das geschafft? Es gibt doch schon so viele Spitzendesigner. Ihre Erfolgsgeschichte gehört daher für manche zu den modernen Märchen der Modewelt. Denn jeder weiß, wie schwer es heute ist, aus einer guten Marke eine Kultmarke zu machen. Und aus einem Designernamen das Wahrzeichen eines Lebensgefühls.

Aus der Nähe betrachtet ist Gabriele Strehles Karriere jedoch gar nicht märchenhaft. Dafür ist sie glaubhaft. Gabriele Strehle stieg nicht kometengleich auf. Sie wuchs. Und Wachstum braucht Zeit – seine Zeit. Erst nachdem die Designerin den Stil des Hauses Strenesse bis ins Detail geprägt hatte, setzte sie ihren Namen unter eine Kollektion: Strenesse Gabriele Strehle. „Ein Künstler signiert seine Arbeit doch auch erst, wenn er sie für ganz ausgereift hält“, sagt sie. „Und wenn er sich darin wiederfindet.“

Gabriele Strehle ist ein Mensch, der das Rampenlicht nicht braucht. Wer ihr begegnen will, hat aber jederzeit die Möglichkeit dazu. Denn ihr Charakter steckt in jedem Stück. Weil für ihre Arbeit dieselben Werte gelten wie für ihr privates Leben. Gabriele Strehle macht Mode für Frauen, die wie sie selbst das vermeintlich Unvereinbare vereinbaren. Die beides haben und leben: Weiblichkeit und Durchsetzungsvermögen, Lust an der Karriere und Lust auf erotische Ausstrahlung, kühlen Sachverstand und warme Natürlichkeit, die Bereitschaft, zu kämpfen und die Bereitschaft, sich hinzugeben. „Keine Frau will sich doch heute mehr festlegen lassen auf ein Entweder-Oder.“ Gabriele Strehle weiß, wie hoch der Preis für diese Freiheit ist. Aber sie weiß auch, wie wichtig es ist, sich immer eines zu bewahren: das Recht, zu träumen. Ihr Traum war es, einen eigenen Duft zu kreieren. Weil der andere wieder zum Träumen verlockt.

Strenesse Gabriele Strehle: Das Konzept

Eine Sehnsucht. Ein Ziel. Ein Weg.

Warum will Gabriele Strehle jetzt auch noch einen eigenen Duft? Es gibt doch mehr als genug Düfte. Das Designer-Parfum zur Designer-Mode ist längst eine Selbstverständlichkeit geworden. Mehr noch: eine Gewohnheit. Und Gewohnheiten kann Gabriele Strehle eigentlich nicht leiden. Schon gar nicht, wenn es um Duft geht. „Für mich ruft jedes Parfum eine Sehnsucht wach“, sagt sie. „Ob das die Sehnsucht nach Liebe oder Ferne ist, nach Freiheit oder Zärtlichkeit.“ Nach kommerziellen Interessen darf es jedenfalls nicht riechen. Dass es Designer gibt, die ihren Namen auf ein Parfum schreiben, obwohl sie an dessen Entwicklung kaum beteiligt waren, kann Gabriele Strehle nicht glauben. „Wenn der Duft empfunden werden soll als ein Stück von mir, dann muss ich auch drin stecken.“

Ihr Ziel war es, einen Duft zu entwickeln, der ihrer Mode die vierte Dimension gibt. Der das sagt, was Mode nicht sagen kann. Der etwas berührt, was Mode nicht berühren kann.

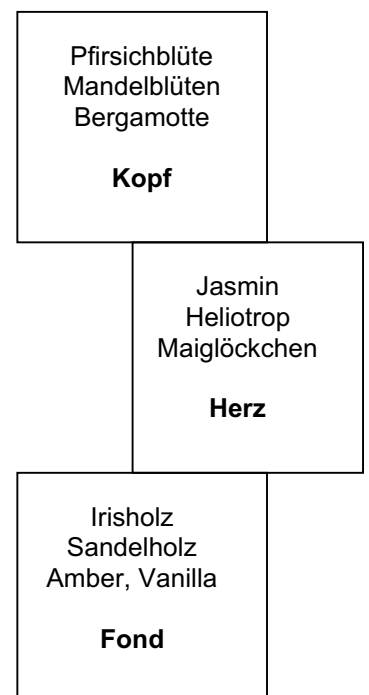
Der Weg dorthin war mühsam. Denn wenn eine Perfektionistin sich in eine neue Materie einarbeitet, gibt es keine Kompromisse. Und keine bequemen Lösungen. Gabriele Strehle wusste, was sie wollte. Und das war etwas noch nie da Gewesenes. Kein Wunder, dass viele Barrieren zu überwinden waren. Denn überreden geht schneller als überzeugen. Und auch in der sanften Aura der Düfte gilt: Eine Revolution kostet mehr Kraft als eine Innovation. Das bekam auch der große, erfahrene New Yorker Parfumeur Maurice Roucel von Dragoco zu spüren. Mit ihm hat Gabriele Strehle die Expedition erfolgreich hinter sich gebracht und ist ebenso erschöpft wie zufrieden. Weil sie eine ihr bisher unbekannte Region erkundet hat.

Strenesse Gabriele Strehle: Der Duft

Ein Gefühl. Eine Blüte. Ein Geheimnis.

Was hat diese Gabriele Strehle nur vor? Es gibt doch Fachleute, die wissen, wie man eine neue Duftlinie entwickelt. Aber diese Frau hielt sich in den Konferenzen die Augen zu. „Weil ich nur dann die Ideen richtig vor mir sehe“, sagte sie. Und redete von ihren Gefühlen, ihren Ahnungen und ihrem Instinkt. Und auf einmal packte es die erfahrenen Fachleute. Sie spürten, wovon Gabriele Strehle sprach, wenn sie sagte: „Ich will etwas Verschleiertes, keine wasserklare Substanz. Denn ein Duft muss vor allem geheimnisvoll sein.“ Und nur das Undurchschaubare birgt ein Geheimnis. Nur das Verborgene kitzelt die Neugierde wach, irritiert und fasziniert. Was entdeckt werden will, muss verdeckt sein.

Die Milch von reifen Früchten hatte für Gabriele Strehle von jeher etwas Magisches. „Diese Reinheit im Trüben, diese erotische Substanz aus einer Pflanze - das hat es mir angetan.“ Mandelmilch vor allem, weil der ganze Mandelbaum für Gabriele Strehle ein Mysterium darstellt. Die Zartheit und der intensive Duft der rosigen Blüten, der köstliche Geschmack der Mandelkerne und ihrer Milch, der Kontrast von rauher, harter Mandelschale und weißem, seidigem und geschmeidigem Kern. Natürlich wurde dieses Aroma noch vertieft durch die Essenz der dunklen Iris, des herben Sandelholzes, der schwarzen Vanille, des animalischen Amber. Aber im Mittelpunkt steht die Mandel, die sich mit anderen weißen, lichten Düften vereint: von Pfirsichblüten und Bergamotte, von Jasmin, Heliotrop und Maiglöckchen. Nicht zufällig ranken sich um den Mandelbaum so viele Mythen und Märchen - jüdische und christliche, ostasiatische und orientalische. In China ist die Mandel Symbol der weiblichen Schönheit, der seelischen Stärke und der Wachsamkeit – klingt wie maßgeschneidert für Gabriele Strehle. Aber sie hatte nie etwas darüber gelesen. Sie wusste es trotzdem. Weil sie nicht nur ein Auge, sondern eine Nase hat.



blumig-orientalisch,
fruchtig, süß-ambriert

Strenesse Gabriele Strehle: Die Verpackung des Duftes

Eine Linie. Ein Zeichen. Eine Vision.

Was soll einer Designerin denn da noch einfallen? Die Vielfalt der Flakons ist unendlich. Und jeder fragt sich: was kann da noch Neues kommen? Gabriele Strehle suchte nicht in entfernten Regionen. Sie sah, dass das Gute ganz nah lag - als sie die ersten Proben ihres Duftes in eben den Flaschen ausgehändigt bekam, die Parfumeure im Labor verwenden. Schlichte Zylinder: rund, aber nicht üppig, rational und doch emotional, eine der ältesten, einfachsten und eine der modernsten Formen. Anders gesagt: ganz auf der Linie von Gabriele Strehle. Und sie wusste, wer diese Idee umsetzen konnte in einen Flakon, der ihr und ihrem Parfum entsprach: der Hamburger Designer Peter Schmidt. Denn für ihn war Reduktion bereits ein Bekenntnis, als andere noch schwelgten in Opulenz und Dekor.

Eine klare Flasche lässt die geheimnisvoll trübe Flüssigkeit zur Geltung kommen, ein leicht trüber Deckel nimmt die Idee des Inhalts auf. Aber Peter Schmidt vermisste noch etwas: Ein Zeichen. Für den intensiven Ausdruck der Gabriele Strehle, den tiefen Eindruck, den diese ungewöhnliche Frau auf jeden macht, der ihr begegnet. Ihm fehlte der Fingerabdruck ihrer Persönlichkeit, der jeden Entwurf erst einmalig macht. Und so kam er auf den Gedanken, dem Flakon ihren Daumen aufzudrücken. Wie ein Stempel des Authentischen.

Wie ein Virtuose eine Melodie aufgreift und interpretiert, nahm er auch die Idee der Mandel auf: Aus der Mandelschale wurde eine doppelschichtige Faltschachtel, die den Flakon eng umschließt. An ihre dunkle Farbe erinnert die schwarze Innenseite dieser Hülle, aus der sich wie ein Mandelkern der Flakon mit seinem weiß schimmernden Inhalt herauschält. Peter Schmidt beließ der Vision von Gabriele Strehle ihre Natürlichkeit. Weil es nichts Wertvolleres gibt als das Schlichte.

Strenesse Gabriele Strehle: Pflegeprodukte

Ein Bedürfnis. Ein Wort. Eine Berührung.

Was können wir denn noch von einer Pflegeserie erwarten? Da haben sich doch Chemiker und Kosmetiker, Mediziner und Biologen bereits in allen Laboren der Welt verkünstelt. Und alles bis an die Grenzen ausgetestet. Gabriele Strehle versuchte nicht, den neuesten Stand der Forschung durch den allerneuesten zu übertreffen. Sie ging zurück zum Ursprung. Zum Ursprung unserer Bedürfnisse. Den hatte sie schon lange formuliert in einem Wort, das in Leuchtbuchstaben über allem steht, was sie für Strenesse kreiert: Hautigkeit. Es steht in keinem Wörterbuch, denn sie hat es erfunden. Aber jeder versteht, was damit gemeint ist. Etwas, was der Haut entspricht, ihr wohl tut, sympathisch und verwandt ist. Im haptischen Sinn. Aber zugleich etwas, was durch die eingebrachten Gefühle unter die Haut geht. Im seelischen Sinn.

Und so entstand die White Body Care Line. Sanft und besänftigend wie die Mandelmilch. Unser Bedürfnis, dem Stress entgegenzuwirken, wird hier ganz leise gestillt. Mit der Shower Milk bei der Dusche am Morgen, mit der Body Milk, die, danach aufgetragen, einen ganzen Tag lang den Körper schützend umgibt wie ein unsichtbarer Schleier, und mit einem Roll-on-Deodorant, das Sicherheit gibt ohne aggressiv zu sein. Geborgen sein, aber frei. Sich gegen Umweltschäden schützen, aber nie mit scharfen Mitteln. Verwöhnt zu werden, aber niemals aufdringlich. Das ist der Sinn dieser White Body Care Line. Sanft ist der Duft, sanft der Hautkontakt mit der feinen seidigen Stofflichkeit von Duschmilch, Körpermilch und Deo. Diese Produkte machen bewusst: Berührung beglückt. Was den Körper streichelt, streichelt die Seele. Gabriele Strehle suchte so lange, bis drei Produkte da waren, die sich mit der Haut sofort verbinden, die einziehen und nur eines hinterlassen: einen seidigen Schimmer. Alle drei Produkte sind luxuriös einfach. Weil auch das Streicheln der einfachste Luxus ist.

shower mik

Wertvolle, feuchtigkeitsspendende Seidenproteine verwöhnen mit einem feinen, cremigen Schaum - für ein luxuriöses Körpergefühl

body milk

Federleichte, reichhaltige Pflege umschmeichelt die Haut mit seidigem Puder, zieht besonders rasch ein – ein samtiges Hautgefühl

roll-on deodorant

Mild und langanhaltend – rundet das Dufferlebnis ab

Strenesse Gabriele Strehle: Die Sprache Ein Symbol. Ein Mysterium. Eine Botschaft

Wie können Bilder Duft verströmen? Mit diesem Problem schlagen sich seit Jahrzehnten die besten Werbeagenturen auf dem Planeten herum. Viele kluge Köpfe wurden zerbrochen über komplizierte Theorien und Strategien. Gabriele Strehle suchte nicht nach einer neuen Theorie. Sie suchte eine neue Sprache. Eine Bildersprache, die wortlos sagt, was der Duft meint. Die sein Geheimnis vermittelt. Ohne zuviel zu verraten.

Alles Mysteriöse ist indirekt. Und so musste auch der optische Auftritt alles Direkte, alles Offensichtliche vermeiden. Das führte Gabriele Strehle und ihren Art Director Thomas Elsner zu dem New Yorker Fotografen Craig McDean. Denn der ist niemals plakativ, aber immer suggestiv. Arbeitet nicht mit eindeutigen Aussagen, sondern schafft vielsagende Szenen. Leuchtet niemals alles gnadenlos aus bis ins Detail, sondern belässt geheimnisvolle Schatten, die zu Ahnungen und Mutmaßungen inspirieren.

Und den Fotografen Craig McDean führte der Auftrag von Gabriele Strehle zu Amy Wesson, einer jungen Amerikanerin, die mit ihren 24 Jahren bereits eines weiß: Das, was sie nicht weiß über sich, macht ihre Ausstrahlung aus. Das, was sie nicht vorführt von ihrem sinnlichen Körper, macht andere begehrllich. Das, was sie nicht zeigt von ihrem schönen Gesicht, macht neugierig. Craig McDean verstand auch, dass die Botschaft von Gabriele Strehle nicht über das Gesicht oder die Figur transportiert wird, sondern über die Haut. Nicht das Model - ihre Haut ist der Star auf den Fotografien. Die vollendeten Linien von Schultern, Nacken und Hals – all die Partien, an denen die Frau Parfum trägt, sind wichtig. Und jede der Poren scheint Duft zu verströmen. Wer diese Bilder sieht, atmet das Geheimnis eines neuen Duftes ein. Weil sie eine Sprache sprechen, die unsere Seele versteht.

Strenesse Gabriele Strehle: Das Unternehmen

Eine Entwicklung. Eine Aussage. Eine Ausstrahlung.

Was lässt ein kleines Unternehmen zum Weltunternehmen wachsen? Der Vorsatz allein sicher nicht. Denn für sogenannte Glücksfälle braucht es die Begabung, das Glück zu sehen. 1949 hatte die Familie Strehle in Bayern eine Textilfabrik gegründet. Ihr eigentliches Schicksal wurde nur zwei Jahre später, ebenfalls in Bayern, geboren und auf den Namen Gabriele getauft. Ausgebildet als Maßschneiderin, das Diplom der Münchner Meisterschule für Mode in der Tasche, begann sie 1973 als Designerin für die junge Marke ‚Strenesse‘ bei der Strehle GmbH zu arbeiten – und damit begann dort eine neue Entwicklung. Es wurde nicht mehr nach ‚identity‘ gesucht, die Identität wurde gelebt: durch eine Chefdesignerin, die das Unternehmen mit ihren 168 cm verkörperte. Noch mehr, als sie und der Unternehmer Gerd Strehle 1985 heirateten. Der damit sein Talent bewies, das Glück zu erkennen. Von da an war die Aussage der Marke Strenesse eindeutig – und eindeutig identisch mit Gabriele Strehle selbst: Klarheit mit Feingefühl, Einfachheit mit Anspruch, Charakter mit Sex Appeal. Heimatverbunden und weltoffen fand Gabriele Strehle zu einem Stil, der überall verstanden wird.

Den Durchbruch bescherte ihre gefeierte Schau in Mailand 1996, wo sie seither regelmäßig die Kollektionen vorführt. Heute ist Strenesse in weltweit über 30 Ländern vertreten. Mit eigenen Läden von Hamburg bis München, von Mailand bis Rom. Mit Shops von New York bis Tokyo, von London bis Moskau. 2000 umgewandelt in eine AG, besitzt Strenesse Tochtergesellschaften in Italien, den USA und Japan und macht mit Kleidung, Schuhen, Taschen und Accessoires einen Umsatz von circa 200 Millionen Mark im Jahr. Der Ausstrahlung von Strenesse Gabriele Strehle fehlte nur noch eins: der Duft. Mit Cosmopolitan Cosmetics als Lizenznehmer wurde er entwickelt. Denn dieser Partner vertritt nicht nur das Produkt, sondern auch die Überzeugung: Dieser Duft wird ohne große Worte die Frauen und durch sie die Männer bezaubern, egal, welche Sprache sie sprechen, egal woran sie glauben. Weil Ausstrahlung keine Grenzen kennt.

Strenesse Gabriele Strehle: Die Produkte
Ein Geheimnis. Ein Streicheln. Ein Duft.

Eau de Parfum Natural Spray	25 ml
Eau de Parfum Natural Spray	50 ml
Eau de Parfum légère Natural Spray*	50 ml
Eau de Parfum Natural Spray	75 ml
Shower Milk	150 ml
Body Milk	150 ml
Roll-on Deodorant	50 ml

* Nicht in allen Ländern erhältlich