

Medieninformation, März 2005

## „Ich fühle mich wie ein Star“

...sagte das aus Rom eingeflogene Model Cynthia in dem Siegerkleid von House of Diehl bei der großen Triumph International Gala in Wien. Die Outfits der Finalisten Aleksandra Paszkowska aus Belgien und Elodie Sturniolo aus der Schweiz wurden von atemberaubenden Models mit Traumkörpern und märchenhafter Wäsche von Triumph International präsentiert. Der Abend stand ganz unter dem Motto „schauen, posieren, genießen“ - und die Zuschauer konnten ihrem Voyeurismus ganz ohne Scham fröhnen. Ausgestattet mit einer Single-Use Kamera konnte sich jeder in die Rolle eines Profi-Fotografen versetzen.

„Das Thema des Triumph Awards, bei dem House of Diehl aus New York den Preis 2004 gewonnen hat, stand unter dem Motto „Dress up – das verführerische Dekollete“. House of Diehl konnte in insgesamt vier Voting-Durchgängen den ersten Platz für sich entscheiden. Der Grund für diese gute Platzierung liegt sicherlich darin, dass Mary Jo Diehl sowohl formal als auch inhaltlich die spannendste Einreichung zugesandt hat. Mary Jo Diehl hat sehr attraktive Kleidung entworfen, die das Dekollete der Frau verführerisch in Szene setzt – das hat House of Diehl die meisten Stimmen beim Online-Publikum gebracht. Die Entwürfe von House of Diehl haben aber auch hohe inhaltliche Qualität. Mary Jo Diehl hat Themen wie Recycling, Stardom und Glamour verarbeitet. Und durch Anleihen an die Mythengestalt der Meerjungfrau auch ein sehr starkes Frauenthema in den Triumph Award 2004 eingebracht.“ Dr. Karin Sawetz, Herausgeberin

[www.fashionoffice.org](http://www.fashionoffice.org)

Anlässlich der triumphalen Gala wurde die Gewinnerin des Triumph International Fashion Award Mary Jo Diehl direkt aus New York eingeflogen. Die Präsentation ihres Sieger-Entwurfes und die Übergabe des Awards fand unter tosendem Applaus statt.

### Internationale Pressestimmen zu House of Diehl:

**i-D MAGAZINE:** „House of Diehl's clothes speak not about trends, but about concepts.“

**THE WASHINGTON POST:** "There is so much syrupy sweetness on the catwalks it is as though the industry has been glazed in sugar. One longs for something tart and bracing... HOUSE OF DIEHL seemed promising... The use of album covers was intriguing... The crowd cheered, a blonde screeched, "I never saw anything like this, never in my life." Afterward she gave the designers a standing ovation. That's a lot more affection than any of the folks showing uptown got."

**VOGUE.de:** „Wild, provokant und alles andere als angepasst.“

**WOMEN'S WEAR DAILY:** "There are those who think fashion and art are separate, but for Mary Jo Diehl, they're one and the same. For spring, her collection was full of the silver-screen glamour of Old Hollywood, but with a conceptual twist. Diehl showed Bonnie Parker- and Marlene Dietrich-inspired dresses that had an 80s edge."

**FASHION WIRE DAILY:** "There was plenty of imagination in the clothes... the strengths of the design became clear: Innovative construction, an inventive silhouette, eclectic color sense."



Das atemberaubende Modell des New Yorker Design Labels „House of Diehl“ hat den Triumph International Fashion Award gewonnen

Foto: Triumph International/Eckharter



Verena Heger (Werbung & PR, Triumph Österreich), Roman Milisic (House of Diehl), Oliver Spiesshofer (Vorstandsdirektor, Triumph Österreich), Mary Jo Diehl (House of Diehl), Hermann Enenkel (Marketingleiter, Triumph Österreich), Model mit Siegerentwurf

Foto: Triumph International/Eckharter

„House of Diehl“ präsentierte bereits in New York in Deitch Projects, Gale Gates Gallery, Priska C. Juschka Gallery, sowie bei Hollywood Standard in Los Angeles. Mode von „House of Diehl“ wurde u.a. in dem vor kurzem von **David LaChapelle** gedrehten Video für **Gwen Stefani's „Rich Girl“** verwendet. Noch bis Juni 2005 präsentiert das Concept Fashion Label im Rahmen der Ausstellung „Trade Show“ zwei modische Werke im **Massachusetts Museum of Contemporary Art**: das durch Visitenkarten interaktiv gemachte Kleid „You want a piece of me?“, sowie „Instant Couture“, eine 15 Minuten Performance, die durch das Zusammenspiel von Träger und Designer den Prozess vom „Starwerden“ erlebbar macht.

#### Triumph International Fashion Award:

- Sieben von einer internationalen Jury ausgewählte Designer wurden durch **Werbeeinschaltungen und internationale Präsentationen** im Wert von mehr als **90.000 Euro** ins weltweite Rampenlicht gestellt
- Eingereicht wurden innovative **Modedesigns von New York, Berlin, Wien, Genf, Florenz, Shanghai über Russland, die Türkei, Neuseeland und Frankreich bis zu Teheran und Buenos Aires**
- Das Motto des Triumph International Fashion Award 2004 war: „Das verführerische Dekolleté“
- Rund **2.000 Fashionistas haben Ihre Stimme im Publikumsvoting abgegeben** (pro Person konnte nur jeweils einmal gevotet werden)

„Der Award ist sehr sexy und ein wirklich internationaler Preis, bei dem Designer aus Asien, Australien, Amerika und Europa teilgenommen haben. Und er hat dementsprechend viel Resonanz international in Medien erhalten. Die stark wachsenden Leserzahlen von fashionoffice.org aus dem Osten, insbesondere Russland und China, sind hier vielleicht besonders hervorzuheben. Zahlreiche russische Medien berichten kontinuierlich über den Triumph Award; Chinesische Designer senden bereits jetzt für den aktuellen Triumph Award 2005 ihre Entwürfe zum Thema „Pin up“. Der Triumph Award hat auch eine starke japanische Fangemeinde. So ist zum Beispiel das größte japanische Designfestival „Design Festa“ in Tokio bereits im zweiten Jahr Kooperationspartner von fashionoffice.org.“ Dr. Karin Sawetz

Das diesjährige Thema des Awards ist dem Glamour der goldenen Zeiten Hollywoods gewidmet und lautet: **„Dress up the Pin-Up for a glamorous party“** Triumph International ruft Designer weltweit zur Kreation glamouröser Partykleidung im Hollywood-Stil auf. **Einsendeschluss ist der 1. Mai 2005.**

„Das Pin up hat ja eine schon längere Tradition und wurde als Frauenbild auf Plakat – eben als „Pin up“ - von Toulouse Lautrec erstmals erschaffen. Seit diesen rund hundert Jahren wurde das Bild laufend mit neuen Inhalten versehen. Die Grund-Form dieser Ikone blieb jedoch immer gleich. Heute sagt uns dieses Bild vor allem eines: im Mittelpunkt steht die aktive Lust der Frau am Frausein. Bis 1. Mai 2005 sind Designer international aufgerufen, die neuen Party-Kleider für das moderne „Pin-up“ zu entwerfen – ganz im glamourösen Stil der goldenen Zeiten Hollywoods.“ Dr. Karin Sawetz

Alle näheren Informationen zum Award 2005 gibt es online auf [www.fashionoffice.org/triumph](http://www.fashionoffice.org/triumph)  
Für die teilnehmenden Designer bedeutet dieser Wettbewerb hohe internationale Reputation. Sieben Designer haben die Chance, auch dieses Jahr wieder einem internationalen Publikum sehr prominent präsentiert zu werden. Als Weltmarktführer für exklusive Damenunterwäsche stattet Triumph International den Fashion Award 2005 mit Preisen und umfangreichen internationalen Präsentationen aus, die aus ihm einen der begehrtesten internationalen Modepreise machen.

**Bild- und Textmaterial zum Triumph International Fashion Award 2004 und 2005, dem Gewinner House of Diehl und den Finalisten Aleksandra Paszkowska und Elodie Sturniolo:** [www.fashionoffice.org/triumph/press](http://www.fashionoffice.org/triumph/press)

**Bild- und Textmaterial zu Triumph International:** [www.triumph-international.com/press](http://www.triumph-international.com/press)

**Nähere Informationen:** fashionoffice.org, Dr. Karin Sawetz. Tel: +43.1.76985-101, E-Mail: [home@fashionoffice.org](mailto:home@fashionoffice.org)

Aleksandra Paszkowska hat einen durch zwei Zips in seiner Sexiness wandelbaren Rock zu einer weißen Triumph-Korsage entworfen.

Foto: Triumph International/Eckharter



Elodie Sturniolo, Finalistin des Triumph International Fashion Award, präsentierte ein „Harems-Outfit“ und begeisterte damit das Publikum der Gala.

Foto: Triumph International/Eckharter

