



In Italien im Rekordtempo zu einer der gefragtesten Hosenkollektionen im Premiumsegment aufgestiegen: Michael Coal.



Michele Carbone – oder eben Michael Coal – entstammt einer traditionellen neapolitanischen Hemdenfabrikantenfamilie und wagte sich an eine ganz neue Produktgruppe, nämlich Hosen.

## MICHAEL COAL DIE LÄSSIGSTEN HOSEN MADE IN NAPOLI

**Der Hosenspezialist Michael Coal aus Neapel feiert dieses Jahr sein zehnjähriges Jubiläum. style in progress hat sich mit Michele Carbone, CEO und Creative Director des Labels, über den Status quo und die Pläne der Marke unterhalten.**

Interview: Janaina Engelmann-Brothánek.  
Fotos: Michael Coal

**Michele, in diesem sehr besonderen Jahr feiert Michael Coal sein zehnjähriges Jubiläum. Wie kam es zu deinem jüngsten Label? Warum Hosen?**

Eigentlich kommen meine Brüder und ich aus der Hemdenproduktion. Wir haben jahrelang Hemden für andere Labels hergestellt, irgendwann suchte ich einen neuen Anreiz. Ich wollte etwas Neues lernen. Und so fingen wir an, Hosen zu machen. Die Konstruktion der Hose, das Zeichnen, Herstellen dieses Kleidungsstückes faszinieren mich und machen mir Spaß.

**Wie hat sich die Marke entwickelt? Wie sind deine Zukunftsperspektiven?**

Ich wollte es anfangs langsam angehen und habe die Hosen nur an Läden in drei Regionen in Italien verkauft: Venetien, Lombardei und Kampanien. Die Modelle kamen gut an, weil sie ein Made-in-Italy-Produkt sind und zu einem mittleren bis höheren Shopsegment

passen, aber trotzdem extrem attraktiv in der Preislage sind. Heute zählen sie zu den drei meistverkauften Hosenmarken in Italien und wir sind bereit für neue Abenteuer.

Wir haben uns in den letzten Jahren intern sehr verstärkt, haben in die Produktion, ins Customer Care und den Aufbau unseres Lagerbestands investiert. Darüber hinaus haben wir natürlich auch die Märkte, die unser Interesse wecken, intensiv beobachtet. Die Expansion ins Ausland ist also unser nächster Schritt und mit Patrick Coppolecchia Reinartz von D-tails haben wir den richtigen Partner für Deutschland gefunden. Er, als halber Italiener, versteht das Label und geht gleichzeitig auf die Wünsche und Bedürfnisse der deutschen Kunden ein. Nach Deutschland ist das nächste Ziel Belgien und so weiter. Ein Schritt nach dem anderen, vorsichtig, aber entschlossen. Das hat uns dieser Shutdown definitiv beigebracht.

**Da du ihn ansprichst, wie war der Shutdown für dich?**

Wie für alle anderen auch – sehr plötzlich und heftig. Italien musste schnell reagieren und viele Branchen sind vom Staat allein gelassen worden. Wir haben das Beste daraus gemacht, haben uns auf die Wiedereröffnung konzentriert und versucht, unseren Kunden

weiterhin einen guten Service zu bieten, indem wir Rabatte und gleichzeitig die Möglichkeit geboten haben, die Ware bei uns auf Lager zu lassen. Man hat gelernt, noch flexibler zu sein und zusammenzuhalten. Wir arbeiten mit unterschiedlichen Werkstätten zwischen Neapel und Benevento und geben 350 Familien Arbeit. Es war klar, als die Kurzarbeitgehälter immer noch nicht da waren, dass wir diese vorstrecken. Wir sind ein Team und nur zusammen konnten wir das überstehen.

**Und jetzt noch eine unbeswertere Frage zum Abschluss: Was ist deine Idee des modebewussten Mannes?**

Es gibt nicht die eine Idee. Jeder hat oder sollte seinen eigenen Stil finden und damit spielen können. Momentan gefällt mir eine aufgelockerte und erwachsene Version des Lord Fauntleroy aus dem Film „Der kleine Lord“ – klassisch, stilsicher und trotzdem unkompliziert. Ich mag Hosen mit etwas Volumen, wie die aus unserer kommenden Kollektion. Ich kombiniere sie mit einem Shirt oder Hemd, je nach Anlass, und trage dann ein lässiges Field-Jacket dazu. Ein Mix der Styles aus Südkorea und Japan mit ganz viel italienischem Flair, das ist für mich momentan aktuell und cool. 🇮🇹