

Die hohe Kunst des Reisens

Wien, im April 2026, Nr: Früh. - Erscheinungsweise: 4x/Jahr, Seite: 64,68-70

Druckauflage: 25 000, Darstellung: 83,33%, Größe: 2494cm², easyAPQ: 23 373,74 €

Auftr.: 119, Clip: 17329484, SB: Luis Trenker - 660.640

SÜDTIROL SPECIAL_LUIS TRENKER

GIPFELSTÜRMER Michi Klemmer hat *Luis Trenker* einst gegründet – und ist bis heute im Familienunternehmen tätig.

CC INTERVIEW

Zwischen Dolomiten & Design

Seit 30 Jahren steht der Name Luis Trenker für alpine Looks made in Südtirol. Im Interview mit Connoisseur Circle erklärt Gründer Michi Klemmer, warum seine Heimat für ihn nicht nur Inspirationsquelle, sondern auch Wertefundament und Qualitätsmaßstab ist.

connoisseur | 068

Die hohe Kunst des Reisens

Wien, im April 2026, Nr: Früh. - Erscheinungsweise: 4x/Jahr, Seite: 64,68-70

Druckauflage: 25 000, Darstellung: 83,33%, Größe: 2494cm², easyAPQ: 23 373,74 €

Auftr.: 119, Clip: 17329484, SB: Luis Trenker - 660.640



ZEITLOS CHIC die Mode von Luis Trenker – und der Flagshipstore des Labels in Bozen

Glückwunsch zu 30 Jahre Luis Trenker! Wie ist der Markenname damals eigentlich entstanden? **Klemera:** Durch eine schicksalhafte Begegnung mit seinen Erben: Wir wussten sofort, dass kein anderer Name das, was wir vorhatten, so gut repräsentieren würde, und zögerten nicht lange, die Rechte daran zu erwerben.

Gab es den einen Moment in Ihrer Kindheit oder Jugend, der Ihren Werdegang beeinflusst hat?

Wenn man in Südtirol aufwächst, prägen einen weniger einzelne Aha-Momente als ein tägliches Gefühl. Das Aufwachsen in den Bergen, mit Natur, Wetter, Jahreszeiten und echtem Handwerk, hat mir früh gezeigt, dass Dinge Substanz brauchen: Kleidung muss etwas können, nicht nur gut aussehen. Daraus ist später meine Vision geworden.

Wie übersetzt man Südtirol in Mode?

Nicht über Postkartenmotive, sondern über Material, Haptik und Haltung: Naturfasern wie Walk, Loden oder Cord, saubere Verarbeitung und ein Stil, der Tradition respektiert, aber zeitgemäß wirkt.

Welche Werte aus Südtirol prägen Ihr unternehmerisches Denken?

Bodenständigkeit ohne Kleinheit – und Qualität ohne Lärm. Dazu kommt die Südtiroler Fähigkeit, Brücken zu bauen: zwischen Sprachen, Kulturen, Tradition und Internationalität. Und: Verlässlichkeit. In einer Branche, die schnell „neu, neu, neu“ ruft, ist das fast schon ein Luxus.

Ist Luis Trenker auch ein Spiegel Ihrer eigenen Persönlichkeit?

Ja – zumindest in dem Sinn, dass die Marke nie „Mainstream“ sein wollte, sondern immer Ecken, Kanten und eine klare Meinung hatte. Dieses „Entweder man mag es – oder eben nicht“ passt zu einer Marke, die Haltung über Beliebtheit stellt.

Welche Rolle spielen lokale Materialien und Produzenten für Ihre Kollektionen?

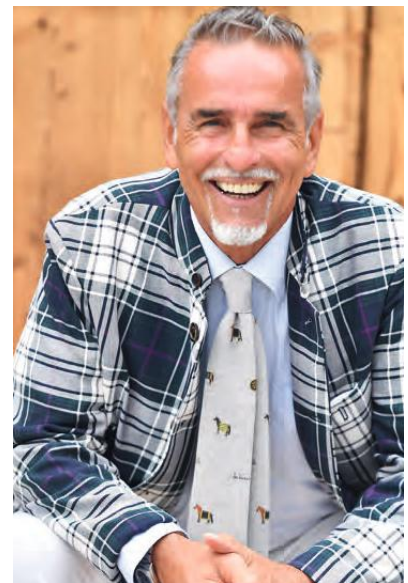
Sie sind Teil unserer DNA – selbst wenn „lokal“ heute oft „regional“ gedacht, europäisch gemacht“ bedeutet. Wir sind stolz darauf, dass unsere Kollektionen zu 70 % in Italien gefertigt werden. Um unseren hohen Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, arbeiten wir seit vielen Jahren mit denselben Produzenten – oftmals kleine Manufakturen und Familienbetriebe, die zu den besten des Landes gehören. Dieses handwerkliche Fundament ermöglicht es uns überhaupt erst, Kollektionen zu entwickeln, die sowohl Substanz als auch modische Relevanz haben. Gleichzeitig behalten wir im Blick, was sich innerhalb Südtirols tut, und sind offen für lokale Kooperationen – nicht aus Pflichtgefühl, sondern weil echtes Handwerk zeitlos und international verständlich ist.

Wie verbinden Sie Luxus mit Nachhaltigkeit?

Für mich ist der ehrlichste Nachhaltigkeitsbeitrag, Dinge so zu machen, dass man sie lange trägt. Luxus ist dann nicht „mehr“, sondern „besser“: bessere Materialien, bessere Verarbeitung, bessere Reparierbarkeit. Und: in Europa produzieren, Wege verkürzen, Verantwortung in der Lieferkette nicht outsourcen.

Wie gelingt es, in Ihrer schnelllebigen Branche Haltung und Beständigkeit zu bewahren?

Indem man nicht jeder Welle hinterherrennt. Wir definieren unsere Handschrift über Jahre: alpine Modernität, Handwerk, Charakter – und variieren darin, statt uns jedes Jahr neu zu erfinden.



„Ich denke in Qualität, nicht in Masse.“

MICHI KLEMERA

Die hohe Kunst des Reisens

Wien, im April 2026, Nr: Früh. - Erscheinungsweise: 4x/Jahr, Seite: 64,68-70

Druckauflage: 25 000, Darstellung: 83,33%, Größe: 2494cm², easyAPQ: 23 373,74 €

Auftr.: 119, Clip: 17329484, SB: Luis Trenker - 660.640

SÜDTIROL SPECIAL_LUIS TRENKER



SUMMERTIME

Die aktuelle Luis-Trenker-Kollektion setzt auf Farbe, florale Looks und wie immer auf natürliche Materialien.

Luis Trenker steht nicht nur für Mode, sondern auch für Hospitality – Ihr Label hat Chalets am Arlberg und in Salzburg entworfen oder auch eigene Luis-Trenker-Hotelsuiten konzipiert ...

„Lifestyle“ war bei uns immer mehr als Kleidung. Unsere Ästhetik funktioniert auch im Raum: Holz, Leder, Stein, Wolle – Materialien, die Wärme geben und Geschichten erzählen. Deshalb passen kuratierte Kooperationen in Hotels oder Chalets so gut: etwa Suiten, die ausdrücklich im Luis-Trenker-Stil gestaltet sind (wie im Tirlar Dolomites Living Hotel auf der Seiser Alm oder im Das Kronthaler am Achensee). Und es gibt Resorts, die ein „Luis Trenker Chalet“ als Teil ihres Konzepts führen – so wie das Priesteregg in Leogang.



LOUIS TRENKER LIVING Suite im Tirlar Dolomites Living Hotel

Bleibt es bei diesen kuratierten Projekten oder dürfen wir uns vielleicht auf eine eigene Luis-Trenker-Hotelwelt freuen?

Ich denke in Qualität, nicht in Masse. Kuratierte Projekte sind spannend, weil sie wie Maßarbeit funktionieren: ein Partner, eine Lage, ein stimmiges Gesamtkonzept. Gleichzeitig ist die Idee einer „Luis-Trenker-Welt“ naheliegend, weil die Marke Räume genauso gut erzählen kann wie Mode – aber immer nur dann, wenn es wirklich zu uns passt.

Nach welchen Kriterien suchen Sie ein Hotel aus, wenn Sie auf Reisen gehen?

Atmosphäre vor Sternen. Ich achte auf Materialität, Licht, Geruch – klingt banal, ist aber entscheidend. Und auf Service, der unaufgeregt ist: präsent, aber nicht aufdringlich. Am Ende will ich spüren: Hier hat jemand Geschmack – und Respekt vor dem Ort.

Wenn Sie uns Südtirol in einem Tag zeigen müssten – wohin würde es gehen?

Morgens ein Espresso auf der Terrasse des Restaurants META in Bozen, danach ein Abstecher in unseren Flagshipstore, der direkt darunter liegt. Dann ein Ausflug auf die Seiser Alm, wo ein atemberaubendes 360°-Panorama wartet, gefolgt von einem Mittagessen in der Luis-Trenker-Stube des Hotel Tirlar. Zum Abschluss geht's ins Grödnertal, die Heimat unseres Namensgebers, wo wir uns bei einer gemütlichen Rundwanderung auf seine Spuren begeben – dieses Erlebnis bieten wir übrigens in den Sommermonaten wirklich an.

Ein Restaurant oder eine Hütte, die für Sie den Geschmack Südtirols perfekt einfangen?

Einige meiner Favoriten sind die Daniel Hütte und Jimmi Hütte in Gröden, die Tuffalm am Fuße des Schlerns und die Geiselsberger Hütte am Kronplatz – sie alle sind übrigens auch offizielle Luis Trenker Lifestyle Partner. Was mir persönlich am wichtigsten ist: eine schlichte Küche aus guten Zutaten, saisonal und ehrlich gekocht. Ich möchte keine „neu interpretierten“ Speckknödel, sondern altbewährte Rezepte perfekt umgesetzt.

Welcher Ort ist für Sie emotional am stärksten mit „Zuhause“ verbunden?

Bozen – weil hier nicht nur ich, sondern auch die Marke geboren wurde. Bis heute bin ich persönlich und beruflich eng mit der Landeshauptstadt verbunden, obwohl ich nicht mehr hier lebe. Schließlich verbringe ich hier die meiste Zeit, auch mit meiner Tochter Johanna, die inzwischen eine führende Position im Unternehmen eingenommen hat.

Was soll ein Gast über Südtirol verstanden haben, wenn er Ihre Heimat nach dem Urlaub wieder verlässt?

Dass die Faszination von Südtirol weit über das Offensichtliche – also das einzigartige Panorama – hinausgeht. Es sind Eigenschaften wie Gastfreundschaft, Herzlichkeit und Lebensfreude, die unser Land auszeichnen und einem Gast mehr in Erinnerung bleiben als alles andere. www.luistrenker.com