

Es ist kurz nach 6 Uhr morgens in Bassano del Grappa. Renzo Rosso, Gründer der Jeansmarke Diesel und Eigentümer der Modegruppe Only the Brave (OTB), liegt im Keller seiner Villa ausgestreckt auf einer Matte, die Augen hat er geschlossen. Im Schneidersitz neben ihm sitzt Mario, sein Yogalehrer. Groß, mager, sehnig und gesegnet mit einem besänftigenden Bariton. Die Yogastunde beginnt.

VON TOBIAS BAYER  
AUS BASSANO DEL GRAPPA

#### WELT AM SONNTAG: Seit wann machen Sie Yoga?

**RENZO ROSSO:** Seit rund 20 Jahren. Ich war früher sehr angespannt. Ich bin sehr dynamisch. Ich bin hyperaktiv. Ich stehe nicht eine Sekunde still. Mein Kopf ist immer in Bewegung. Seit ich Yoga mache, fühle ich mich gut.

#### Wann haben Sie denn die Zeit dafür?

Wenn ich zu Hause bin, dann immer dienstags und donnerstags. Ich stehe morgens um 5.55 Uhr auf. Ich mache Yoga oder Pilates. Danach frühstücke ich, bringe die Kinder zur Schule und fahre zur Arbeit. Jede Stunde ist ein Meeting angesetzt. Die Mittagspause entfällt. Das Mittagessen ist ein Arbeitsessen. Um 18 Uhr fahre ich normalerweise nach Hause.

#### Sie stehen immer um 5.55 Uhr auf?

Das ist meine Glückszahl. Ich bin im Jahr 1955 geboren.

#### Um 5.55 Uhr morgens?

Weiß ich nicht. Die Geburtsstunde habe ich leider nie in Erfahrung bringen können.

#### Machen Sie auch Yoga, wenn Sie auf Reisen sind?

Nein. Meine Mitarbeiter takten meinen Tag durch. (Blickt grimmig auf seine Pressesprecherin) Von acht Uhr morgens bis abends ein Termin nach dem anderen. Meine Reisen sind meistens kurz. Sie dauern nicht länger als zwei oder drei Tage. Ich schlafe im Flugzeug, damit ich Zeit. Ich steige immer in denselben Hotels ab. Immer in denselben Zimmern. Mir ist es wichtig, mich zu Hause zu fühlen. Wenn ich morgens aufwache, dann will ich wissen, wo ich bin. Ich will nicht links vom Bett das Bad suchen, wenn es rechts ist.

Rosso liegt auf dem Bauch. „Wir atmen tief ein und lassen die Luft mit sanftem Druck unserer Bauchmuskulatur entweichen“, sagt Mario. Rossos Brustkorb hebt sich. Danach stößt er die Luft wieder geräuschvoll aus. Es folgen Figuren. Die Kerze. Die Kobra. Und schließlich, auf den Wunsch Rossos, Sirsasana, der Kopfstand. Rosso stützt sich auf seine Unterarme ab und schwingt sich nach oben. Er steht senkrecht. Gefühlt mehrere Minuten.

#### Yoga ist anstrengend.

Am Anfang konnte ich einige Figuren nicht nachmachen. Auf dem Kopf stehen. Oder sich weit mit dem Oberkörper zurücklehnen. Mit der Zeit geht das. Der Körper wird tonisch, er wird elastisch. Allerdings gibt es den ein oder anderen, der sich schwertut. Der Sänger Jovanotti beispielsweise. Das Auf-dem-Kopf-Stehen will ihm partout nicht gelingen.

Yoga hat etwas Spirituelles. Spiritualität scheint Sie anzuziehen. Sie haben ja auch Kontakt zum Dalai Lama. Der Dalai Lama ist mein Freund. Ich habe ihn auf einem Kongress in Rimini getroffen. Seitdem stehen wir miteinander in Verbindung. Wir haben uns schon in Edinburgh, Pisa, Rom getroffen. Allerdings noch nicht hier in Bassano. Das könnte ich ihm eigentlich mal vorschlagen. Wenn er in Frankfurt ankommt, dann leihe ich ihm mein Flugzeug. An Bord habe ich dann eine bis eineinhalb Stunden mit ihm allein.

#### Und wie hat der Dalai Lama Sie beeinflusst?

Schon seit je engagiere ich mich sozial. Doch das behielt ich früher für mich. Der Dalai Lama hat mir gesagt: „Das reicht nicht. Das musst du öffentlich machen. Auch im Namen deiner Firma. Denn je mehr du zeigst, was du alles machst, desto besser wissen die Leute Bescheid, was du brauchen könntest.“ Der Dalai Lama hat mich dazu angetrie-

ben, eine Stiftung einzurichten. Vor mehreren Jahren, das war wohl 2005, dachte ich ans Kürzertreten. Er hat mir gesagt: „Das geht nicht. Schaffe Arbeitsplätze. Richte eine Stiftung ein.“ Und so ist es auch gekommen.

#### Wie wirkt der Dalai Lama auf Sie?

Er ist eine gute Person. Sehr echt. Er kennt die Probleme. Er hat selbst viel erlitten. Er weiß, was es heißt, das Leben meistern zu müssen. Er geht alles mit Ruhe und Weitsicht an. Er spricht nicht über Wunder, über Dinge, die nicht existieren. Er ist sehr konkret.

Wir verlassen den dunklen Fitnessraum im Keller und schreiten auf die Wiese, ins Licht – zum Sonnengruß. Rosso und Mario legen ihre Matten ab. Der Yogalehrer sagt: „Om mani padme hum.“ Das ist ein tibetisches Mantra, das Mitgefühl ausdrückt. Rosso und Mario legen sich auf den Bauch, drücken den Rücken durch, heben die Beine vom Boden an, machen einen Ausfallschritt mit dem rechten Bein, ziehen das linke heran, senken den Kopf auf die Knie und strecken sich schließlich mit ausgestreckten Armen nach oben. Alles in einer fließenden Bewegung. Mehrmals.

#### Haben Sie eine Lieblingsfigur?

Den Sonnengruß. Der ist ganz einfach, gibt aber unglaublich viel Energie. Das merkst du, bevor du Sport machst. Er dehnt den Körper, verleiht dir Kraft. Der Körper braucht es, dass man ihn auseinanderzieht. Man sitzt sonst den ganzen Tag am Schreibtisch. Mit Yoga fühlt man sich gleich viel wohler.

#### Der Dalai Lama hat Sie dazu angehalten, nicht kürzertreten. Ist es Ihnen wenigstens gelungen, das Tempo etwas zu drosseln?

Nein. Im Gegenteil. Das Tempo hat zugenommen. OTB allein setzt heute mit 7500 Mitarbeitern 1,6 Milliarden Euro im Jahr um. Dann gibt es unser Lizenzgeschäft. DSquared, Vivienne Westwood, Marc Jacobs. Wir erwerben neue Firmen. Maison Margiela, Viktor & Rolf und Marni. Seit Kurzem gehört uns NaturaSi. Das ist ein Anbieter organischer Lebensmittel. Eine große Firma. 300 Millionen Euro Umsatz, 300 Geschäfte. Dann haben wir noch Beteiligungen. H-Farm. Der Online-Shop Yoox. Wir investieren auch noch in Immobilien, Wein, Hotels.

#### Was ist aus Ihrer Sicht die größte Herausforderung für OTB?

Ich möchte eine Unternehmensgruppe schaffen, die nicht arrogant ist. Ein modernes Unternehmen, das nah an der Mentalität der neuen Generationen ist. Ich will eine Alternative zum Luxus schaffen. Die Welt des Luxus ist ziemlich anmaßend, sehr versnobt. Sie hält wenig von Werten. Ich möchte zu einer anderen Welt gehören, die demokratisch ist. Die erschwingliche Preise bietet. Ich will mich sozial engagieren. Das kann eine Restaurierung sein, wie die der Rialto-Brücke in Venedig. Das können Mikrokredite sein. Meine Stiftung.

#### Denkt man an große Luxusunternehmen, dann fallen einem die Franzosen ein. Allen voran LVMH und Kering. Die beiden Gruppen haben viele italienische Modehäuser und Marken aufgekauft. In Italien gibt es eigentlich nur OTB und Tod's von Diego Della Valle, die es mit den Franzosen aufnehmen können.

Tod's ist aus meiner Sicht weit weniger Gruppe als wir. Bei OTB sind die Abteilungen Personal, Recht, Finanzen zentralisiert. Bei der Produktion haben wir Synergien. Wir ähneln also LVMH und Kering, wenn die auch im Vergleich zu uns Giganten sind. Für mich ist die Größe auch nicht entscheidend. Viel wichtiger ist es groß zu sein ist es, cool zu sein. Ich will im Dialog mit den Kunden sein. Wenn man so will, möchte ich als Gruppe in der Nische unterwegs sein.

#### Trotzdem expandiert OTB. 2012 kauften Sie die Marke Marni.

An dem Kurs werden wir auch festhalten. Es ist durchaus möglich, dass wir bis Jahresende eine weitere Akquisition unter Dach und Fach bringen. Wir investieren weiterhin. Aber nach unseren Parametern.

Bislang ist die Gruppe nicht gelistet. Ist die Börse ein Thema für OTB? Ein Börsengang ist keine Notwendigkeit. Wir haben genügend Liquidität, unser Cashflow ist positiv. Die Investitionen

# „Die Welt des Luxus ist anmaßend“

Renzo Rosso hat rund um die Jeansmarke Diesel ein Modeimperium aufgebaut. Um sich zu erholen, stellt er sich beim Yoga auf den Kopf und plaudert mit dem Dalai Lama im Privatflugzeug. Ein Expertengespräch über Spiritualität



Renzo Rosso trifft mutige Entscheidungen. So stellte er zum Beispiel den bei Dior wegen antisemitischer Äußerungen gefeuerten John Galliano wieder ein

## BRAVEHEART AUS VENETIEN

**Der Manager:** Renzo Rosso hat als Selfmademan eine der größten Erfolgsgeschichten Italiens hingelegt. Rosso, gebürtig aus Venetien, gründete 1978 die Jeansmarke Diesel, die er mit aufsehenerregenden Kampagnen zu einer Weltmarke formte. Rosso ist stark sozial engagiert. In seinem Wohnort Bassano del Grappa übernahm er den Fußballclub. Er half dabei, die Rialto-Brücke in Venedig zu restaurieren. Mit seiner Stiftung treibt er Entwicklungsprojekte in Afrika voran.

**Das Unternehmen:** Rossos Unternehmensgruppe heißt „Only the Brave“ oder kurz OTB. Der campusähnliche Firmensitz befindet sich in Breganze. In der Tochter Staff International ist das Lizenzgeschäft gebündelt, unter anderem Vivienne Westwood und Marc Jacobs. OTB gilt mit einem Jahresumsatz von 1,6 Milliarden Euro seit Jahren als reif für die Börse – doch Rosso zögert.



Im Lotussitz: Reporter Bayer (r.), Renzo Rosso und der Yoga-Lehrer

können wir aus eigenen Mitteln stemmen. An der Börse zu sein, heißt viel Energie darauf zu wenden, seine Zahlen zu zeigen. Das würde bedeuten, dass wir weniger „brave“, also weniger mutig sein könnten als wir es bislang sind.

#### Weniger mutig durch die Börse?

Ein Beispiel. Wir kürzen gerade bei Diesel. Wir werden dieses Jahr 85 Millionen Euro an Umsatz herausnehmen. (Anmerkung der Redaktion: Der Jahresumsatz von Diesel beläuft sich auf rund eine Milliarde Euro.) Wir streichen den Großhandel zusammen. Wir wollen nämlich den Brand anheben. Das kostet uns einen Berg an Geld. Wenn du das als börsennotiertes Unternehmen machst, massakrieren die dich. So eine Aktion könnte ich als quotierte Firma nicht machen.

#### Umsatz rausnehmen, Großhandel zusammenstreichen, Brand anheben. Können Sie das genauer erklären?

Nehmen wir den Onlinehändler Zalando. Die waren gerade bei uns zu Besuch. Statt jetzt auf Zalando das große Geschäft zu machen und eine Rabattkampagne zu beginnen, halten wir uns zurück. Wir arbeiten mit ihnen zusammen, aber eben ohne Billigaktionen. Wir wechseln die Kaufhäuser aus. Waren wir vorher auf der Fifth Avenue, dann sind wir jetzt auf der schickeren Madison Avenue. Waren wir früher in Rom an der Via del Corso, so sind wir heute auf der exklusiveren Piazza di Spagna. Das summiert sich alles. Diesel wird dieses Jahr, relativ gesehen, das schlechteste Ergebnis der Geschichte einfahren.

Warum ist dieser Umbau notwendig? Ich will auf hohem Niveau arbeiten. Welche Jeansmarke ist ein Statussymbol wie wir? Die anderen haben doch alle verloren, haben teils die Hälfte ihres Umsatzes eingebüßt. Die sind alle im

Vergleich zu früher „cheap“ geworden. Diesel ist die einzige globale Lifestyle-Marke unter den Jeans. Ich hatte den Mut, die Marke im oberen Segment zu positionieren. Und das war gewiss nicht einfach. Heute zahlt sich das aus. Das sehen wir in China. Dort haben wir eine Jeans mit Swarovski-Steinen in limitierter Auflage zu einem Preis von 750 Dollar auf den Markt gebracht. In zwei Wochen wurden 70 Prozent des Warenbestands verkauft. In anderen Ländern brauchen wir üblicherweise vier Monate, um das Lager zu leeren. Zu tieferen Preisen wohlgekerkt.

Die Yogastunde ist zu Ende. Frühstückszeit. Unter den Bäumen gibt es eine Sitz-ecke. Ein Holztisch, gepolsterte Bänke, Kerzen. Darauf angerichtet sind die Köstlichkeiten. Ein paar Brîoches. Ansonsten nur Gesundes. Früchte, Joghurts und Tee-Extrakt. Alles aus der eigenen Firma NaturaSi. Ein Butler reicht Getränke.

#### In der Modewelt ringen viele Marken um Aufmerksamkeit. Wie verschaffen Sie sich Gehör, bei dem Spektakel, das geboten wird?

Es gibt einige Marken, die für eine einzige Modeschau zehn Millionen Euro ausgeben. Ich kam bislang maximal auf 800.000 Euro. Einige wenden viel auf, um von sich reden zu machen. Ich halte das für geistlos. Das Produkt muss für sich sprechen, nicht der Rest.

Dachten Sie das vielleicht auch bei Ihrer jüngsten Personalie? Sie haben John Galliano für ihr Haus Maison Margiela verpflichtet. Eine mutige Wahl. Schließlich flog Galliano bei Dior raus, weil er sich in einem Restaurant in einen antisemitischen Wutausbruch hineingesteigert hatte. Für mich ist Galliano keine mutige, son-

dern die richtige Wahl. Prada, Hugo Boss haben sich von Galliano inspirieren lassen. Maison Margiela ist innovativ, verschieden. Da konnte ich nicht einfach irgendeinen Designer hinsetzen. Galliano hatte ich über einen Zeitraum von vier Jahren auf Schritt und Tritt verfolgt. Ich führte ihn ins Archiv von Maison Margiela. Er hat sich in Maison Margiela verliebt. Ich traf ihn vor Kurzem zum Mittagessen. Ich sagte ihm: „Du siehst gut aus. Erholt.“ Er antwortete: „Thanks to you, Renzo.“ Er ist glücklich.

#### Wie macht sich Galliano bislang?

Er leistet Unglaubliches. Früher musste er vieles gleichzeitig machen. Heute kümmert er sich nur um zwei Dinge. Erstens Schönheit. Zweitens Träume. Zu jedem einzelnen Entwurf erzählt er eine Geschichte. Wie er auf die Idee gekommen ist. Über die Frau, die es anzieht. Wie sie sich bewegt. Wie sie ihre Haare trägt. Welche Musik sie hört. Ich bin wirklich stolz, ihn an Bord zu haben.

#### Berührungsängste kennen Sie ja offenbar nicht. Auch nicht mit dem Internet, wo mehr und mehr Mode verkauft wird. Viele Luxusunternehmer fürchten um das exklusive Image.

Ich nenne keine Namen. Aber ich kenne den einen oder anderen Luxusunternehmer, der nicht einmal eine SMS verschicken kann. Ohne Online geht heute gar nichts. 80 Prozent der Verkäufe im Geschäft bahnen sich im Internet an. Es wird im Shop, im Kaufhaus und eben online verkauft. Dem Kunden ist das gleich. Für uns als Unternehmen ist das aber extrem kompliziert. In den USA gelten zwischen den Bundesstaaten gleiche Regeln. In Europa unterscheidet sich jedes Land vom anderen. Umsatzsteuer beispielsweise. Mamma mia, das ist zum Verrücktwerden.



# "Galliano's performing is incredibly"

**Renzo Rosso built a fashion empire around his jeans label Diesel. He gets upside down during yoga to relax and talks to the Dalai Lama in his private jet.**

*It's 6 o'clock in the morning in Bassano del Grappa. Renzo Rosso, founder of the jeans label DIESEL and founder of the fashion group Only the Brave (OTB), lies in the cellar of his Villa on a mat, his eyes are closed. His yoga teacher Mario sits cross-legged besides him. Huge, skinny, sinewy and blessed with a soothing baritone. The yoga lesson starts right now.*

**Die Welt:** Since when do you do yoga?

**Renzo Rosso:** Since roughly 20 years. In the past I was really strained. I am a very dynamic guy. I am hyperactive. I can't stop any second. Since I do yoga, I'm feeling good.

**Die Welt:** You are a busy businessman. When do you have time for yoga?

**Rosso:** When I'm at home, it's always Tuesday and Thursday. I get up at 5.55 am in the morning. I do yoga or pilates. After that I have a breakfast, take my kids to school and drive to work. There is a meeting at every hour and no lunch break. My lunch is my dinner. At 6 pm I usually drive home.

**Die Welt:** Do you get up at 5.55 am every day?

**Rosso:** It's my lucky number. I was born in 1955.

**Die Welt:** At 5.55 in the morning?

**Rosso:** I don't know. I never asked for the hour of my birth.

**Die Welt:** Do you also do yoga, when you are travelling?

**Rosso:** No. My staff plans every second of my day. *(Looks grimly to his press officer)* From 8 am to 8 pm there are appointments by appointments. Usually my trips are short. They aren't longer than two or three days. I sleep in the plane, so I win back time. I am always in the same hotels in the same rooms. It's really important for me to feel at home. When I get up in the morning, I want to know where I am. I don't want to search the bathroom on the left when it is on the right side of the bed.

*Rosso lies on his stomach. "We take a deep breath and put it with smooth pressure from our abdominal muscles out", says Mario. Rosso's chest rises. After that he puts a noisy breath out. Followed by some figures. The Candle. Die Cobra. And finally at Rosso's personal wish, Sirsana the headstand. Rosso gets on his arm beds and stands up. Vertical. For several minutes.*

**Die Welt:** Yoga is exhausting.

**Rosso:** In the beginning I couldn't do some figures. To make a headstand or to lean back my upper part of the body. In the course of time it gets better. My body gets tonic and elastic. However some people don't get there that fast. For example Jovanotti, he is a singer. The upside-down absolutely won't succeed.

**Die Welt:** Yoga is spiritually inclined. Spirituality seems to attract you. You are in contact with the Dalai Lama.

**Rosso:** The Dalai Lama is my friend. I met him at a congress in Rimini. Since that time we are connected. I already met him in Edinburgh, Pisa and Rome, but not here in Bassano. I should propose that to him. When he arrives in Frankfurt, I lend him my plane. On board I have one to 1 ½ hours with him alone.

**Die Welt:** How did the Dalai Lama influence you?

**Rosso:** Since some years I am involved in charity activities. At first I kept it private. But the Dalai Lama said to me: "That's not enough. You have to tell it to the public – also with the name of your company. The more you show what you are doing, the better is the knowledge of the people about what you might need." The Dalai Lama made me establish a foundation. Some years ago, about 2005 I thought about taking things easier. He said to me: "It won't work. Create workplaces. Establish a foundation." And so it happened.

**Die Welt:** Which effects does the Dalai Lama have on you?

**Rosso:** He is a good person. Very authentic. He knows problems. He suffered himself a lot. He knows what it takes to master your own life. He makes everything in silence and with a clear vision. He doesn't speak about miracles or things, which don't exist. He is very precise.

*We leave the dark fitness room in the cellar and pace to the lawn, into the light – to the Sun Salutation. Rosso and Mario put their mats away. The yoga teacher says: "Om mani padme hum." That's a tibetan mantra, which expresses sympathy. Rosso and Mario lie down on the stomach, push the back, get their legs from the bottom, make a lunge with the right leg, consult the left one, put their heads on the knee and stretch up. All that in a fluent movement. Repeatedly.*

**Die Welt:** Have you got a favorite figure?

**Rosso:** The Sun Salutation. This is very easy but gives you a lot of energy. You realize it, before you do sports. The Sun Salutation stretches your body, it gives power. Your body needs stretching, because the whole day you are sitting at your desk. Doing yoga means feeling better.

**Die Welt:** The Dalai Lama kept you from retiring. Did you succeed in restricting the speed?

**Rosso:** No. Quite the contrary. The tempo got faster. Only OTB has got 7500 staff members and sells 1,6 Milliarden Euro in one year. Moreover there is our licensing business. Dsquared, Vivienne Westwood, Marc Jacobs. We purchase new companies. Maison Margiela, Viktor & Rolf and Marni. Recently we bought also NaturaSi. This is a supplier of organic food. A huge company. 300 Millionen Euro sales, 300 stores. In addition we have cooperations. H-Farm. The online store Yoox. We also invest in real estate, wine and hotels.

**Die Welt:** What is the biggest challenge for OTB in your eyes?

**Rosso:** I'd like to create a company group, that isn't arrogant. A modern company, that is close to the mentality of a new generation. I want to create an alternative to luxury. The world of luxury is very arrogant, very snobby. It seems that values are missing totally. I want to belong to another world, a democratic world with affordable prices. I want to be involved in social activities. This could be the restoration like the Rialto bridge of Venice or it could be micro credit. My foundation.

**Die Welt:** Thinking of big luxury companies, you think of the French. First of all LVMH and Kering. Both groups bought many Italian fashion maisons and labels. In Italy there are mostly OTB and Tod's by Diego Della Valle, which really could reach the French.

**Rosso:** In my opinion Tod's isn't a group like us. OTB's departments of Human Resources, Legal and Finance are centralized. In the Production there is synergy. After all we are similar to LVMH and Kering, although they are giants compared to us. For me the dimension isn't essential. To be cool is more important than to be big. I want to be online with my costumers. If you want to say it like this, I want to be into the niche with my customers.

**Die Welt:** Anyway OTB expanded. In 2012 you bought the label Marni.

**Rosso:** And we will keep that course. It is absolutely possible that we make an additional acquisition by the end of the year. We'll keep investing, but with our own parameters.

**Die Welt:** Is the stock market a subject for OTB? Up till now the group is not listed.

**Rosso:** A Stock market launch isn't necessary. We are liquid and our cashflow is positive. We are able to stem our investments from our own means. Being on the stock market means to invest much energy to show your financial status. In the end that would mean we couldn't be as brave as we are right now.

**Die Welt:** Less brave because of the stock market?

**Rosso:** I give you an example. We are making shortenings at Diesel. We'll take 85 Million Euro off of our sales this year (the yearly sales at Diesel are about one billion euros). We're minimizing the wholesale because we want to upscale the brand what costs us a whole lot of money. If you do something like that as a company that is listed on the stock market, they will kill you. You wouldn't be able to do something like that.

**Die Welt:** To take sale off. To minimize wholesale. To upscale the brand. Could you explain that in detail?

**Rosso:** Let's take the Online-supplier Zalando. They visited us just a few days ago. Instead of making big business with Zalando right now with sales discounts – we keep it low. We're working together, but without sales discounts. We're changing the department store. We were in Fifth Avenue before, you'll find us now on the more fancy Madison Avenue. We were in Rome in the Via del Corso, now we are in the exclusive Piazza di Spagna. There's a lot coming together. This year, Diesel will have the relativity worst results in its history.

**Die Welt:** Why is this reconstruction necessary?

**Rosso:** I want to work on a high level. Which other jeans label is a status symbol like us? The others have all lost a lot, they lost half their sales. Compared to the past, they all became "cheap". Diesel is the one global lifestyle-brand within the denim segment. I was brave enough to position the label in the higher market segment and this wasn't easy at all. But today it pays off. China is a good example. Here we created a denim with Swarovski-stones in limited edition for 750 Dollar. We sold 70% of the whole stock in two weeks. In other countries we need usually four months to clear our warehouses, by lower prices of course.

*The Yoga lesson is finished. Time for breakfast. Under the trees there is a lounge. A table, padded benches, candles. Delicatessen are serve up. Some brioches. Otherwise just healthy food. Fruits, yoghurts and extracts of tea. Everything from his own company NaturaSi. A butler serves the drinks.*

**Die Welt:** In the fashion industry, many labels are competing for attention. How do you get attention in all that noise?

**Rosso:** There are some labels, which pay ten million euro for just one fashion show. Up to now, I paid max. 800.000 Euros. Some people spend a lot to get attention. In my opinion this is not very smart. The product has to speak for itself, not its surroundings.

**Die Welt:** Did you also think this about your latest acquisition? You bound John Galliano for the house of Maison Margiela A brave choice. Galliano went away from Dior because he had an anti-semitic eruption in a restaurant.

**Rosso:** For me, Galliano is not a brave choice but rather the right choice. Prada and Hugo Boss got their inspiration from Galliano. Maison Margiela is innovative, different. So I couldn't take any designer for it. I followed Galliano over a period of four years. I showed him the archives of Maison Margiela. He

fell in love with it. I met him a short time ago for lunch. I told him: "You look good. Relaxed." He answered: „Thanks to you, Renzo.“ He is happy.

**Die Welt:** What do you think about his work up till now?

**Rosso:** He performs incredibly. Before he had to do a lot at the same time. Today he handles just two things. First of all: Beauty. Second: Dreams. Every design has got a story he tells with it. On how he got to the idea of it. On the woman, who wears it. On how she moves or how her hair looks like. Which music she is listening to. I am really proud to have him on board.

**Die Welt:** Actually you don't know any fear of contact. Even not with the internet, where fashion is being sold more and more. Many luxury entrepreneurs are afraid of losing their exclusive image.

**Rosso:** I won't tell you names, but I know some luxury entrepreneurs, who aren't even able to send a text message. Without the internet it's impossible these days. 80 % of all sales in stores are passing by the internet. People buy things in stores, in department stores and of course online. It's equal for the customer. But it is very complicated for us. In the US there are the same rules between the federal states. But in Europe every country is different. For example the turnover tax. Mamma mia, it's driving me crazy.