

ELLE

PRESSEMITTEILUNG

OPTISCHE KOLLEKTION HERBST/WINTER 2026

NEUE ELLE EYEWEAR-KOLLEKTION: SO EINFACH GELINGT DER HERBST-LOOK

Chic, neugierig, lebensfroh! Das ist die ELLE-Frau. In Paris geboren, vereint diese beliebte Fashion-Ikone den Wunsch nach Eleganz, Stilbewusstsein und einer Prise Mut – in einem zugänglichen Look mit einem Hauch französischem Flair, der die individuelle Persönlichkeit feiert. Über Stil hinaus blickt ELLE auf eine lange Geschichte als frühe Verfechterin weiblicher Emanzipation zurück und ermutigt Frauen auf der ganzen Welt, ein starkes und unabhängiges Leben zu führen. Jahrzehnte später ist diese Botschaft so relevant wie eh und je.

Die neuen optischen Fassungen von ELLE wurden für Frauen aller Generationen entworfen: von Berufstätigen bis Influencerinnen, von Studentinnen bis Müttern. Die Formen sind zeitlos und zugleich trendbewusst, mit eleganten Details in Silber und Gold sowie einer erdigen und zugleich raffinierten saisonalen Farbpalette: rauchige Schwarz- und Grautöne, sanfte neutrale Beigenuancen und warme Brauntöne. Diese unkomplizierten, stilvollen Brillen passen ebenso perfekt zu einem eleganten Camel Coat wie zu einer lässigen Lederjacke mit Jeans.

EL13602

Manche Brillen ziehen kurz die Blicke auf sich. Diese ELLE-Fassung bleibt im Gedächtnis. Mit ihrer schlanken, sanft eckigen Silhouette aus leichtem Kunststoff überzeugt sie durch sorgfältig gestaltete Details: eine markante, moderne Brücke und flexible Bügel, veredelt mit einer eleganten Dekoration in Gold oder Silber. Dazu kommen ausdrucksstarke Farben: milchiges Beige, transparentes Hellgrau und markantes Dunkelgrün – perfekt für den Herbst.



BE



GN



GR

PRESSEMITTEILUNG

ELLE HERBST/WINTER 2026

EL13612

Dezent luxuriös und federleicht bringt diese ELLE-Fassung Stilbewusstsein auf den Punkt, ganz ohne sich aufzudrängen. Die rechteckigen Linien sind präzise und klar, zugleich sanft akzentuiert durch exquisite Designelemente: marmorierte Havanna-Muster und elegante Farbverläufe sorgen für Struktur und Tiefe. Nuancen von Schildpatt, kühlem Grau, Schwarz-Braun sowie Metallverzierungen in Gold oder Silber setzen besondere Akzente.



EL13613

Diese ELLE-Brille zieht die Blicke auf sich. Zuerst fällt die sanft eckige Form ins Auge. Eine zwei- oder dreischichtige Acetat-Konstruktion erzeugt subtile Farbkontraste, die besonders im abgestuften Detail im Backenbereich zur Geltung kommen. Ein hochwertiges Metallfolien-Logo in Gold oder Silber fängt das Licht ein und unterstreicht den edlen Charakter der Fassung. Diese modische Damenbrille ist in markantem Grün oder elegantem Grau – beide mit gemusterten Bügeln – sowie in herbstlichem Braun erhältlich.



(Hochauflösende Dateien finden Sie hier: [ELLE-Korrektion AW26](#))

Über ELLE:

Gegründet 1992, ist Lagardère eine internationale Unternehmensgruppe mit Aktivitäten in mehr als 50 Ländern weltweit. Sie beschäftigt über 33.000 Mitarbeitende und erzielte 2025 einen Umsatz von 9,353 Milliarden Euro. Die Gruppe konzentriert sich auf zwei Hauptbereiche: Lagardère Publishing (Bücher, Partworks, Brettspiele und Premium-Schreibwaren) sowie Lagardère Travel Retail (Reisebedarf, Duty-Free & Fashion, Gastronomie). Zum Geschäftsbereich der Gruppe gehören außerdem Lagardère News (Le Journal du Dimanche, Le JDNews, Le JDMag sowie die ELLE-Lizenzmarke) und Lagardère Radio (Europe 1, Europe 2, RFM sowie Werbevermarktung). Die Aktien von Lagardère sind an der Euronext Paris notiert. Die Lagardère-Gruppe ist Eigentümer der Marken ELLE & ELLE DECORATION. Lagardère Active Enterprises ist die Geschäftseinheit der Lagardère-Gruppe, die für die Erweiterungsprogramme der Nicht-Medienmarken innerhalb der ELLE International Division verantwortlich ist. ELLE ist weit mehr als die international führende Medienmarke für Frauen; es ist eine globale Mode- und Lifestyle-Marke mit über 80 Ausgaben weltweit – darunter ELLE (50 Ausgaben) und ELLE DECORATION (25 Ausgaben) – sowie

PRESSEMITTEILUNG

ELLE HERBST/WINTER 2026

Lizenztitel. Die weltweite Printleserschaft von ELLE beträgt rund 32 Millionen Leserinnen und Leser pro Monat. Über 60 digitale Plattformen (Websites und Social-Media-Seiten) ziehen 90 Millionen Unique Visitors pro Monat an, mit einer Social-Media-Reichweite von über 122 Millionen Menschen. Durch die Nicht-Medien-Lizenzaktivitäten (Mode, Beauty, Wohnkultur, Hospitality-Sektor etc.) sowie 250 B2B-Partner in 80 Ländern und Erlebniszentren wie Hotels, Cafés, Spas und Friseursalons erreicht ELLE als starke Marke mehr als 250 Millionen Menschen pro Monat.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.lagardere.com und www.elleinternational.com

Facebook: @ElleBoutiqueWorld

Instagram: @ElleBoutique

Über die Charmant Group:

Bereits seit 70 Jahren genießt die Charmant Group aufgrund ihrer Pionierarbeit im Bereich der Forschung und Entwicklung neuer Technologien in der Optikbranche weltweit höchste Anerkennung. Durch das Streben nach Perfektion und kompromissloser Qualität seiner Produkte hat sich das japanische Unternehmen zu einem der wichtigsten Hersteller und Anbieter im hart umkämpften, internationalen Markt der Augenoptik entwickelt. Mit dem Ziel, die Wünsche und Ansprüche der Kunden uneingeschränkt zu erfüllen, setzt Charmant seit jeher auf absolute Verlässlichkeit, höchstes Qualitätsbewusstsein sowie herausragenden Service. Dieses Engagement und die Leidenschaft sind sowohl bei den Hausmarken der Charmant Group als auch bei ihren Lizenzmarken deutlich spürbar. Dank ihrer Expertise in der Produktion hochwertiger Fassungen und Sonnenbrillen sowie ihres umfangreichen globalen Vertriebsnetzes in über 100 Ländern wird die Charmant Group als verlässlicher Geschäftspartner hoch geschätzt.

Sollten Sie weitere Informationen benötigen, kontaktieren Sie bitte:

CHARMANT GmbH Europe, Frau Kenza Krouri
Tel.: +33 1 49 48 92 00 – E-Mail: kenza.krouri@charmant.eu