

JOOP!

JOOP! schärft seine Markenpositionierung und revitalisiert JOOP! JEANS

Kreuzlingen, Januar 2016. Die Fashion- und Lifestylemarke JOOP! startet zur Saison Herbst/Winter 2016/17 mit einer strategischen und visuellen Neuausrichtung.

Einer der ersten Schritte ist die Wiedereinführung der Linie „JOOP! JEANS“. Stilistisch ist JOOP! JEANS klar angelehnt an die JOOP! Hauptlinie und umfasst eine komplette Kollektion, wobei im Fokus das Produkt „Jeans“ steht. „Im Zuge der Schärfung unserer Markenpositionierung haben wir neben einer neuen Corporate Identity auch die Kollektion entsprechend neu ausgerichtet. JOOP! JEANS mit seiner glamourösen Vergangenheit wird die Marke JOOP! sinnvoll befruchten“, erklärt Thorsten Stiebing, Managing Brand Director JOOP!. Die bisherige Klassifizierung in Collection und Casual wird damit in der neuen Winterkollektion abgelöst.

Ein neues Branding mit einem tiefen Dunkelblau als „Colour of the brand“ gepaart mit dem JOOP! Schriftzug in Weiß führt die beiden Linien in einer Hauptkollektion zusammen und wird die neue Markenidentität prägen.

Neben der Jeans erlebt auch die Bodywear bei JOOP! ein Revival. Ab Herbst/Winter 2016/17 bietet JOOP! Unterwäsche für Herren an. Weitere Wachstumsfelder wie Bade- und Kindermode werden derzeit geprüft.

Eine weitere strategische Maßnahme der Neupositionierung ist der Wiedereinzug zum Jahresstart 2016 in die JOOP! Villa in Hamburg. „Diese Villa ist JOOP!, denn sie ist der Ursprung – hier war früher das Atelier von Wolfgang Joop. Die Überschrift ist „House of JOOP!“ – hier wird die Marke zusammengeführt: JOOP!, JOOP! JEANS & JOOP! Living“, so Marcel Braun, CEO der Holy Fashion Group, zu der die Marke gehört.

Auf 150 Quadratmetern wird dem Handel die JOOP! Welt vom 19.-21. Januar 2016 auf der Premium in Berlin präsentiert. Der Standort der Messe ist ein wichtiges Signal an den Kernmarkt Deutschland als Heimat der Marke. In der kommenden Herbst-/Wintersaison 2016/17 wird die neue Kollektion im Handel und im JOOP! Online-Shop erhältlich sein.

www.joop.com

JOOP!

JOOP! – VOM DEUTSCHEN KULTLABEL ZUR INTERNATIONALEN LIFESTYLE BRAND

DIE GESCHICHTE

JOOP! hat sich im Laufe seiner Geschichte vom gefeierten deutschen Kultlabel zu einer der wichtigsten internationalen Fashion und Lifestyle Brands entwickelt.

Der Gründer Wolfgang Joop präsentierte bereits 1978 in New York seine erste Kollektion unter eigenem Namen. Der Übergang in die 80er Jahre markiert den Beginn einer einzigartigen Erfolgsgeschichte. Ab den 90er Jahren entwickelt sich JOOP! durch konsequenter Markenausbau zu einer erfolgreichen Lifestyle Brand, die Produkte für jeden Bereich des Lebens – von Mode über Schmuck & Uhren, Brillen bis hin zu Möbeln und verschiedenen Home-Decor-Produkten anbietet.

2001 zieht sich Wolfgang Joop aus dem Geschäft zurück. Die Marke geht zunächst zu gleichen Anteilen an die Familie Holy (Strellson AG, Windsor GmbH), Egana Goldpfeil und den Kosmetik-Konzern Coty Lancaster, bevor die HOLY FASHION GROUP im Jahr 2008 alleiniger Eigentümer der JOOP! GmbH wird. Der Produktbereich Fragrance bleibt bei Coty Lancaster.

Vom Schweizer Standort Kreuzlingen wird seitdem die JOOP! Menswear und seit 2015 auch die JOOP! Womenswear entwickelt. Das Lizenzgeschäft umfasst inzwischen die Bereiche Taschen & Schuhe, Uhren & Schmuck, Brillen, Bodywear, Möbel und Home-Decor.

Derzeit ist JOOP! in über 45 Ländern mit einem konsequenten Markenauftritt vertreten.

DIE MARKE JOOP!

Aufgrund der klaren Marktpositionierung und des hohen Bekanntheitsgrads ist JOOP! heute die Design-Brand mit deutscher Herkunft im Premium-Segment. Das umfangreiche Produktpotfolio bietet einen modernen Lifestyle für elegante und selbstbewusste Frauen und Männer mit hoher Affinität zu Mode und Design. Alle Produkte stehen für beste Qualität und überzeugen durch subtile Details.

Prägend für den JOOP!-Stil ist die gekonnte Verbindung von Authentizität und Zeitgeist. Immer mit der unverwechselbaren Handschrift von JOOP! – modern, modisch und urban.

www.joop.com