



AUF EIN NEUES!



HARBOR
FASHION



Ganz ihrem Ausrufezeichen entsprechend, wird es wieder laut um die Marke JOOP!. Das Unternehmen kehrt zurück an seinen Ursprung – nicht nur in die Geburtsstätte, die Villa an der Alster, sondern auch mit dem Revival von JOOP! JEANS.

Unter dem Namen „The New Man on the Go“ lanciert die weltweit bekannte Marke JOOP! ihre neueste Kollektion und verkündet somit ihr fulminantes Comeback. Es sind elegante und geradlinige Looks für den Herren, eine stylische und zeitgemäße Linie, die nicht nur für das Office, sondern auch ideal für After Work geeignet ist und auf gekonnte Weise die männliche Silhouette umspielt. Anders als der Name der Marke, soll die Kollektion jedoch alles andere als „laut“ sein und auf keinen Fall überfordern. Viel mehr geht es hier um raffinierte Details, spannende Farbharmonien und coole Kombinationsmöglichkeiten, die im Gesamten überzeugen.

An der exzellenten Qualität und Verarbeitung hat sich nicht viel geändert. Ist die Idee erstmal da, bedarf ein Anzug rund ein Jahr intensiven Teamworks, bis er in die Läden gelangt. Es muss eben alles perfekt sein, vom Schnitt bis zu den ausgewählten Materialien, denn am Ende sollen alle Kleidungsstücke aus der Kollektion „wie aus einem Guss“ aussehen – was bei 356 Teilen mit Sicherheit eine Herausforderung für sich ist.





Angelehnt an ihren Erfolg aus den 90er Jahren, wird auch die Linie JOOP! JEANS erneut ins Leben gerufen – ähnlich wie viele Trends aus der damaligen Zeit, die nun ihr Comeback feiern. So liegt es nahe, dass auch diese Top-Marke, die nach wie vor weltweit ein wohlbekannter Begriff ist, weiter an ihrer Geschichte schreibt. Zwar richtet sie sich nach der Hauptkollektion, ist jedoch um einiges sportlicher und lässiger, elegant und frech zugleich. Das stilisierte Ausrufezeichen von JOOP! ist dabei ihr unverwechselbares Symbol, allein stehend wird es in ausdrucksstarkem Rot in die hochwertigen Denim-Stoffe eingestickt.

Doch was hat es mit dem Ausrufezeichen überhaupt auf sich? Thorsten Stiebing, der Managing Brand Director von JOOP!, steht uns mit einer Antwort parat: „Das Ausrufezeichen war von Beginn an fester Bestandteil der Wortmarke und hat für uns gerade in den vergangenen Monaten an Bedeutung gewonnen: Unser Kunde soll sich mit JOOP! identifizieren und sein persönliches Statement, sein Ausrufezeichen setzen.“

Mehr Infos www.joop.com/de

