



## **OUTFITTERY baut Fashionangebot weiter aus und nimmt zwölf weitere Modemarken ins Portfolio auf**

**Zur Herbst-Winter Saison 2015/16 erweitert der Personal Shopping Service OUTFITTERY sein Markenportfolio um weitere renommierte Modemarken. Zu den rund 100 Marken, die OUTFITTERY im Angebot hat, kommen zwölf weitere hinzu, die ab kommenden Monat bereits unter [www.outfittery.de](http://www.outfittery.de) erhältlich sind. Darunter u.a. Blauer, Windsor, J. Lindeberg, Mason's und Asics.**

Berlin, 27. Juli 2015. Chefeinkäufer Wolfgang Schmidt-Ulm sieht darin nicht nur einen weiteren Schritt in Richtung globaler Anbieter für Männermode. Er betont zudem, dass die ständige Weiterentwicklung des Markenangebotes im Fashionbereich unerlässlich und Voraussetzung für einen exzellenten Kundenservice ist. Zudem wünschen sich Kunden heute ein internationales und vielfältiges Markenangebot. „Durch die persönliche Beratung wissen unsere Style Experten exakt, was unsere Kunden wollen. Wir möchten ihnen die besten Fashionbrands bieten, sind daher sehr wählerisch bei der Auswahl der Marken und nehmen nur die besten Modelabels auf. Wir wollen in der Lage sein, für die unterschiedlichsten Männertypen und Budgets tolle Outfits zusammenzustellen. Unsere Kunden schätzen die Inspiration, die sie bei uns bekommen, und die neuen Labels, die wir ihnen vorstellen, denn sie probieren gerne mal was Neues aus. Unsere neuen Marken bieten eine enorme modische Bandbreite und haben das gewisse Extra – passen also perfekt in unser Portfolio“, kommentiert Schmidt-Ulm. So vielschichtig die Kundschaft von OUTFITTERY ist, so vielfältig sind die Marken. Von internationalen bis hin zu regionalen Labels, von Premiummarken bis zu Newcomern. OUTFITTERY bespielt die gesamte Fashion-Klaviatur.

Auf die Vielfalt des Angebots und die Qualität der Markentiefe ist Wolfgang Schmidt-Ulm zu Recht stolz. Schließlich hat OUTFITTERY so renommierte Marken wie Tommy Hilfiger oder Drykorn im Angebot. Daneben bietet OUTFITTERY auch junge Trendlabel. „Die Markenhersteller sind von unserem Konzept überzeugt, gerade weil wir in der persönlichen Beratung die Geschichte hinter jeder Marke – egal ob klein oder groß – erzählen können. Bei uns geht es nicht um Masse, sondern Klasse. Wir lassen den Kunden nicht allein mit einer riesigen Auswahl an Marken und Kleidung, sondern helfen ihm, seine individuellen Marken zu finden und diese perfekt zu kombinieren. Wir verkaufen nicht einfach Einzelteile – wir kreieren Stilwelten. Zudem müssen wir unsere Kunden nicht mit Sonderangeboten oder Schleuderpreisen locken. Unsere Kunden kaufen bei uns zum regulären Preis, erhalten jedoch eine kostenlose, erstklassige Beratung und Personal Shopping Service. Viele Markenhersteller begrüßen, dass das Erfolgsmodell OUTFITTERY, im Gegensatz zum herkömmlichen Onlinemodehandel, einen anderen Weg geht und anstatt Onlinepreiskampf auf Attribute wie Service und Beratung setzt“, erklärt der Chefeinkäufer.

**Die neuen Marken im Überblick:** Asics, Apparel, Blauer, Holubar, J. Lindeberg, Johnny Love, Knowledge Cotton, Ljung, Mason's, Nabholz, Onitsuka Tiger, Windsor.

**Über OUTFITTERY:**

OUTFITTERY erleichtert Männern den Einkauf von Mode im Internet. Kunden beantworten auf der Internetseite [www.outfittery.de](http://www.outfittery.de) nur einige Fragen zu Kleidungsstil und Größen. Anschließend nehmen die Style-Expertinnen von OUTFITTERY persönlichen Kontakt auf und stellen individuelle Outfits zusammen, die der Kunde bequem nachhause geschickt bekommt. Was ihm gefällt, das behält er, den Rest schickt er zurück. Diesen innovativen Service bietet OUTFITTERY kostenlos an. Das Berliner Unternehmen wurden 2012 von Julia Bösch und Anna Alex gegründet und beschäftigt heute 200 Mitarbeiter. 100 Style-Experten kümmern sich ausschließlich um die modischen Wünsche der Kunden. Im Angebot sind zurzeit über 100 hochwertige Modemarken. Mittlerweile ist das Start-up in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Schweden und Dänemark aktiv. Mehr als 200.000 Männer nutzen OUTFITTERY.

**Medienkontakt:**

HOSCHKE & CONSORTEN, Heimhuder Straße 56, 20148 Hamburg

Miriam Piecuch, [m.piecuch@hoschke.de](mailto:m.piecuch@hoschke.de), Phone: +49. 40. 36 90 50 - 33, Fax: +49. 40. 36 90 50 – 10