

## Outfittery launcht neuen Markenauftritt

- **Neues Logo, neuer Claim, neue Farben und Bildsprache: Poke verschafft OUTFITTERY neuen Look**
- **Neue Markenausrichtung setzt auf mehr Inspiration**
- **Neuer TV-Spot für die Herbst-/Winter-Saison**

**Berlin, 17.09.2018.** Europas Marktführer im Personal Shopping für Männer OUTFITTERY tritt ab sofort mit einem neuen Erscheinungsbild in allen acht Märkten auf. Kernelemente des neuen Markenauftritts sind ein geschärftes Mission Statement, eine Weiterentwicklung des Logos, ein neuer Claim, neue Bildsprache sowie neue Farben. Die neue Markenstrategie wurde von Poke London entwickelt. Ziel ist es, mit der Aufwertung der Marke die Marktposition von OUTFITTERY weiter zu stärken und das junge Unternehmen so beim Wachstum zu unterstützen.

„In 2018 haben wir uns gemeinsam mit Poke auf eine Reise begeben, um unsere Marke und damit auch unsere Mission zu schärfen und weiterzuentwickeln“, kommentiert Julia Bösch, CEO von OUTFITTERY. „Wir sind mehr als stolz auf das Ergebnis. Die neue Marke ist ein echter Meilenstein – nicht nur für den Kunden, sondern auch für das gesamte Team, das bei der Entwicklung mitgewirkt hat und die Marke und unsere Mission auch innerhalb der Firma lebt.“

Nach eingehender Marktforschung und Workshops innerhalb des Teams wurde die Marke von der primären Ausrichtung auf Convenience hin zu mehr Inspiration und Leidenschaft für Stil entwickelt. Dabei wurde auch das Mission Statement des Unternehmens angepasst: „OUTFITTERY empowers men to unlock their true style“, aus dem auch der neue, für den Kunden sichtbare Claim „Dein Stil. Dein Weg.“ entwickelt wurde.

Geleitet wurde das Projekt von Chief Customer Officer Nigel Carl Brown. „Nach über sechs Jahren, in denen wir vor allem darauf gesetzt haben, die Funktionalität und Bequemlichkeit unseres Services zu erklären, war es nun an der Zeit, das Produkt – die Mode – und unsere Begeisterung dafür mehr in den Vordergrund zu stellen“, kommentiert Brown. „Mit dem neuen Markenauftritt und Claim „Dein Stil. Dein Weg.“ machen wir das für den Kunden jetzt noch besser sichtbar.“

Der neue Markenauftritt ist ab sofort auf [www.outfittery.de](http://www.outfittery.de), den Social-Media-Kanälen und sämtlichen Print-Materialien wie z.B. der Box oder den Gutscheinkarten sichtbar. Er wird außerdem von einem neuen TV Spot für die Herbst-/Winter-Saison unterstützt. Unter dem Motto „Dein Leben: vielseitig. Dein Auftritt: genau richtig.“ wird ein junger Mann durch verschiedene Situationen begleitet – von einer Alltagsszene in S-Bahn und Taxi bis hin zu einer abenteuerlichen „Urban Golf“ Szene auf der verfallenen ehemaligen Abhörstation auf dem Berliner Teufelsberg. Im Vordergrund stehen dabei vor allem die verschiedenen Outfits, die die Darsteller tragen.

Der in Berlin gedrehte TV-Spot wird ab sofort in drei Versionen und Ländern ausgestrahlt: in einer Langversion mit 20 Sekunden sowie zwei Kurzversionen mit je 10 Sekunden. Der Spot wird in Deutschland und Österreich z.B. auf Pro7, DMAX, Comedy Central und Sport1 zu sehen sein, außerdem in der Schweiz z.B. auch auf Sat1, VOX und Puls 8. Außerdem wird auch auf YouTube mit einer extra für den Kanal angepassten Version des Spots geworben.

Für Poke London ist es bereits der zweite TV-Spot in diesem Jahr für OUTFITTERY. Die digitale Agentur, die zum Publicis UK Netzwerk gehört, ist seit Anfang 2018 Lead-Agentur für das Unternehmen. Die Aufwertung der Marke ist das Fokusprojekt, an dem OUTFITTERY in 2018 gemeinsam mit Poke arbeitet.

**TV Spot Team:**

- Creative Director: Malin Hanas, Poke London
- TV Produktion: Sally Mulligan, Tangerine Films
- Regie: Bluey Durrant, Tangerine Films

**Links zum Spot:**[20 Sek](#)[10 Sek](#)[10 Sek](#)

---

**Über OUTFITTERY:**

OUTFITTERY ist Europas größter Personal Shopping Service für Männer. Kunden beantworten auf [www.outfittery.de](http://www.outfittery.de) zunächst einige Fragen zu Kleidungsstil, Größen und Preispräferenzen. Ein persönlicher Stylist stellt daraufhin eine Auswahl an Kleidung zusammen, die dem Kunden bequem zur Anprobe nach Hause geschickt werden. Um die ideale Garderobe auszuwählen, werden die Stylisten von Algorithmen unterstützt. Was dem Kunden gefällt, behält er, den Rest schickt er kostenfrei zurück. Das Ziel von OUTFITTERY: Einkaufen für Männer so entspannt wie möglich zu machen und durch eine Kombination aus persönlichem Service und intelligenter Technologie für jeden die perfekte Auswahl zu bieten.

Das Berliner Unternehmen wurde 2012 von Julia Bösch und Anna Alex gegründet. Seither haben 600.000 Männer den Service europaweit genutzt. Im Angebot sind rund 100 hochwertige Modemarken. Das junge Unternehmen ist in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Schweden und Dänemark aktiv.

**Pressekontakt:**

Svenja Ziegert

OUTFITTERY GmbH

Leuschnerdamm 31 // 10999 Berlin

E-Mail: [presse@outfittery.de](mailto:presse@outfittery.de)

Phone: (030) 208 49 30 23