

## OUTFITTERY startet neue Herbst-/Winter-Kampagne 2019

- Weiterer Meilenstein nach Zusammenschluss mit Curated Shopping Group/MODOMOTO: Zum ersten Mal produziert OUTFITTERY eine Kampagne vollständig inhouse
- Der in Südafrika gedrehte TV-Spot wird in vier Formaten und vier Märkten im September im Fernsehen ausgestrahlt und auf Online-Kanälen gezeigt
- Im Fokus stehen neue Serviceangebote mit mehr Flexibilität und Wahlmöglichkeiten für die Kunden und die neue Herbstmode für jede Gelegenheit

**Berlin, 02.09.2019.** Europas größter Personal Shopping-Service OUTFITTERY strahlt seine neue Herbst-/Winter-Kampagne 2019 im Fernsehen und auf digitalen Kanälen aus. Zum ersten Mal produziert OUTFITTERY eine Kampagne vollständig inhouse mit einem eigenen Kreativteam.

Bei OUTFITTERY stellt ein persönlicher Stilberater jedem Kunden seine individuelle Auswahl zusammen: dies kann neben ganze Outfits auch eine Auswahl von Einzelteilen aus ausgewählten Kategorien sein. Diese Neuerung im Service steht im Mittelpunkt des Herbst-Spots 2019. Zudem ist der persönliche Stilberater und modische Outfits für jede Gelegenheit zentrale Bestandteile der Story.

„Die Beziehung zwischen unseren Kunden und ihren persönlichen Stilberatern ist extrem wichtig. Das zeigen wir in unserem neuen Spot. Wir wollen Männer inspirieren und sie ermutigen, ihren eigenen Stil zu finden, der zum jeweiligen Anlass passt und sich ganz nach ihren persönlichen Wünschen richtet“, sagt Marcus Huchrak, Head of Creative bei OUTFITTERY.

Der neue TV-Spot begleitet einen Mann durch seinen Alltag im Herbst. Dabei sieht man ihn in wechselnden Outfits: ob in der Freizeit, bei der Arbeit oder bei besonderen Anlässen – der Spot zeigt, dass OUTFITTERY mit seinem breiten Sortiment für jede Situation die entsprechende Kleidung bietet. Außerdem sind die Highlights der Herbst-Kollektion 2019 zu sehen, wie zum Beispiel Erdtöne, komfortable Hosen aus Wolle, aber auch Ideen, wie man die klassische Leder- oder Wildlederjacke stilvoll kombiniert. Am Ende des TV-Spots sehen wir eine Stilberaterin in Aktion beim Einpacken einer persönlichen Auswahl.

Zusätzlich wird im Spot die neue Service-Funktion vorgestellt. Die Kunden haben nun die Möglichkeit, nicht nur ein komplettes Outfit sondern auch Einzelteile aus bestimmten Kategorien zu bestellen „Unsere Kunden bekommen eine garantiert persönliche Kleiderauswahl, abgestimmt auf ihre Bedürfnisse. Und das zu einem Budget, welches sie selbst festlegen. Somit stärken wir unseren personalisierten Service weiter“, sagt Dorit Posdorf, Director Marketing & Sales.

Erst Ende Mai hatte OUTFITTERY den Zusammenschluss mit der Curated Shopping Group/MODOMOTO zu Europas größtem Personal Shopping-Service bekanntgegeben. Nur einen Monat später begann die Planung der neuen TV-Kampagne. Zum ersten Mal hat OUTFITTERY eine TV-Kampagne mit seinem neu gegründeten Inhouse-Team, bestehend aus den Creative-, Marketing- und Brand-Departments, produziert.

„Es ist eine großartige Leistung und wir sind sehr stolz, dass unser Inhouse-Team unter Führung von Marcus Huchrak, Head of Creative, unsere erste eigene und umfangreiche Kampagne für die bevorstehende Saison produziert hat. Und das kurz nach unserem Zusammenschluss mit der Curated Shopping Group/MODOMOTO“, so Julia Bösch, Gründerin und CEO von OUTFITTERY. „Alle in unserem Team sind gleichermaßen stolz über die neue Kampagne“.

Der in Südafrika gedrehte TV-Spot wird in vier Formaten und vier Märkten im September 2019 im Fernsehen und auf Online-Kanälen ausgestrahlt. In Deutschland und Österreich wird der Spot u.a. auf Sky, Sport1, Comedy Central und DMAX zu sehen sein. In der Schweiz läuft er z. B. auf SF2 und ProSieben – und in Belgien auf VIER und Discovery. Die Ausstrahlung in den Niederlanden folgt in den kommenden Monaten.

Die Kampagne wird im September außerdem unter anderem auf [www.outfittery.de](http://www.outfittery.de), auf Social Media Kanälen, als Display Advertising und Offline-Print-Werbung verfügbar sein.

#### TV-Team:

- Creative Director: Marcus Huchrak, OUTFITTERY
- Production Company: North South Productions
- Director: Dillon Buirski
- Post Production: Paul Schwabe Berlin
- Ton (Audio): The Loft Berlin

#### Links zum Spot:

[30s](#) (wird nur bei Online verwendet):

[20s](#)

[10s 1](#)

[10s 2](#)

#### Über OUTFITTERY:

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. Im Angebot sind rund 100 hochwertige Modemarken. Das Ziel von OUTFITTERY: Einkaufen für Männer so entspannt und einfach 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 und schloss sich im Mai 2019 mit der Curated Shopping Group (u.a. Modomoto, The Cloakroom) zusammen. Es beschäftigt rund 450 Mitarbeiter, die Mehrheit davon Stylisten.

OUTFITTERY hat bereits knapp eine Million Männer eingekleidet und ist derzeit in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Schweden, Dänemark und Frankreich aktiv.

**Kontakt:**

presse@outfittery.de