

## Pressemitteilung

### **GERRY WEBER launcht reine Onlinemarke GR[8]FUL**

**Die GERRY WEBER International AG erweitert ihr Markenportfolio: Das neue, digitale Fashionlabel GR[8]FUL bietet hochwertige Mode im Premium-Segment. Ab Ende März 2018 können Kundinnen auf [www.gr8fulfashion.com](http://www.gr8fulfashion.com) ‚relaxed online shoppen‘.**

*(Halle Westfalen, 27.02.2018)* Pünktlich zum Saisonstart Frühjahr/Sommer 2018 launcht die GERRY WEBER International AG ein neues Label: GR[8]FUL ist eine rein digitale Marke, die im Premium-Segment angesiedelt ist. Erhältlich sein wird GR[8]FUL ausschließlich online – über die eigene Website, aber auch über eShops von Facheinzelhandelspartnern, unter anderem Breuninger und Engelhorn, sowie über externe Plattformen wie beispielsweise Amazon und about you.

Somit ist GR[8]FUL einer der ersten, nur digital erhältlichen, deutschen Premiummarken. Zu erwarten sind sieben hochwertige Kollektionen im Jahr mit jeweils 30-40 Modellen. Key Pieces sind moderne Kleider, Blusen sowie elegante und feminine Shirts. Versendet werden die Kollektionsteile edel, besonders und stilgerecht in hochwertigen, schwarzen Kartons mit goldenem Seidenpapier.

Für GR[8]FUL verantwortlich sind die beiden Executive Vice Presidents TAIFUN/SAMOON Oliver Zaric (Produkt) und Bernd Brodrick (Vertrieb). Zusammen mit einem Kernteam von 7-10 Personen haben sie das Konzept des Onlinelabels GR[8]FUL entwickelt und realisiert. Den professionellen Rahmen bilden die bestehenden Konzernstrukturen.

Ralf Weber, Vorstandsvorsitzender GERRY WEBER International AG, der vor rund einem Jahr den strategischen Impuls gab, eine reine Onlinemarke zu entwickeln kommentiert: „Mit dem Launch des digitalen Premiumpfels GR[8]FUL stellen wir uns für die Zukunft auf und ergänzen unser Markenportfolio optimal – mit einer reinen Onlinemarke und einer neuen Kundengruppe. Ziel ist es, mit unseren Marken alle stationären und digitalen Vertriebskanäle zu nutzen und miteinander zu vernetzen sowie das E-Commerce Geschäft weiter auszubauen. Das moderne, vollautomatisierte GERRY WEBER Logistikzentrum, das im Dezember 2015 seinen Betrieb aufnahm, und als eines der modernsten in Europa gilt, spielt hier eine zentrale Rolle.“

Die Vorteile einer Onlinemarke liegen in der schnellen Ausrichtung an Trends und dem Bedarf der Kundin. Die so genannten *Learnings* – Abverkaufszahlen, die die Begehrlichkeit einzelner Trends aufzeigen – fließen umgehend in die

# GERRY WEBER

## INTERNATIONAL AG

Produktentwicklung ein. Zudem können Trends, die sich auf dem Markt zeigen, schnell umgesetzt und angeboten werden.

Auch Facheinzelhandelspartner, die auf ihren Online-Plattformen GR[8]FUL anbieten sowie externe Plattformen profitieren von der schnellen Trendumsetzung. Zudem bietet GR[8]FUL die gesamte Abwicklung von der Bestellung über die Auslieferung bis hin zum Kundendienst.

Die GR[8]FUL Kundin gehört zur Zielgruppe der sogenannten „Souveränen“ der Kategorie ErKons – der erfahrenen Konsumenten – die zu den kaufkräftigsten Zielgruppen im Core Markt Deutschland zählen. Die selbstbewussten, charakterstarken 40- bis 55-jährigen Frauen legen großen Wert auf Qualitätsprodukte und sind souverän im Umgang mit digitalen Medien.

Noch ist unter dem Link [www.gr8fulfashion.com](http://www.gr8fulfashion.com) nur die Landingpage zu sehen, auf der sich die Kundin anmelden kann und informiert wird, sobald es losgeht. Bereits verlinkt wird auf die Social Media Kanäle: Auf Facebook, Instagram und YouTube werden tiefere Einblicke in die Werte von GR[8]FUL gegeben: Stilsicherheit, Feminität, Gelassenheit und Besonderheit sowie eine hohe Online-Affinität. Moodboards, Details, Stoffe, Stimmungsbilder und Videos vermitteln die Premiumaussage des Onlinelabels und zeigen die Raffinesse und Liebe zum Detail.

### **Die GERRY WEBER Gruppe**

Die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle/Westfalen ist ein weltweit operierender Konzern, der fünf starke Markenfamilien unter einem Dach vereint: GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout und HALLHUBER. Seit der Gründung im Jahr 1973 hat sich die im SDAX notierte GERRY WEBER International AG zu einem der bekanntesten Mode- und Lifestyleunternehmen mit weltweit rund 1.247 eigenen Stores und Verkaufsflächen (davon 397 von HALLHUBER), mehr als 2.482 Shopflächen und 266 Franchise Stores sowie Marken-Onlineshops in neun Ländern entwickelt. Der Konzern mit seinen weltweit rund 6.900 Mitarbeitern (davon rund 2.000 von HALLHUBER) verfügt über Vertriebsstrukturen in rund 60 Ländern und zählt zu den größten börsennotierten Modekonzernen in Deutschland (Stand: Oktober 2017). Im Geschäftsjahr 2016/17 (1. November 2015 bis 31. Oktober 2016) erzielte die GERRY WEBER Gruppe einen Konzernumsatz von EUR 880,9 Mio. (vorläufige Zahlen vom 31.01.2018)

### **PRESSEKONTAKT**

Cornelia Brüning-Harbrecht  
Head of PR | Corporate Communications  
Telefon: +49 (0)5201 185-320  
Mobil: +49 (0)162 104 36 64  
E-Mail: [cornelia.bruening-harbrecht@gerryweber.com](mailto:cornelia.bruening-harbrecht@gerryweber.com)