

Presseinformation

24. September 2022

NOT NEW Collection 2022

Perwoll bringt #RethinkFashion-Initiative zur ABOUT YOU Fashion Week in Mailand auf den Laufsteg

Düsseldorf, Mailand – Im Rahmen der diesjährigen ABOUT YOU Fashion Week in Mailand hat Perwoll seine erste exklusive Capsule-Kollektion präsentiert. Gemeinsam mit der Stylistin Stefanie Schwaiger sind rund 20 exklusive, ausschließlich aus Vintage und Second Hand-Kleidung neu interpretierte Fashion-Looks entstanden. Die diesjährige NOT NEW Collection beweist, dass auch vorhandene, ausgewählte Kleidungsstücke auf den Laufsteg gehören. Perwoll setzt damit im Rahmen der #RethinkFashion-Initiative der Marke ein klares Fashion-Statement: Es muss nicht immer neu sein.

„Neu? Nein, mit Perwoll gewaschen“

Der Markenclaim zeigt, dass Perwoll schon früh erkannt hat, wie wichtig es ist, Mode bewusst zu tragen und zu pflegen. Der Fast Fashion Boom und die Zunahme von Wegwerfmode haben dem Thema eine enorme Relevanz verliehen. Nora Tank, Director International Marketing: „Wir wollen mit unserer #RethinkFashion-Initiative aufzeigen, dass Perwoll eine klare Haltung mit einem relevanten Markenversprechen hat. Uns geht es mit unserer Initiative darum, zum Umdenken anzuregen und deutlich zu machen, wofür wir mit Perwoll stehen.“

RethinkFashion by Perwoll

#RethinkFashion ist eine Initiative von Perwoll, die seit 2018 ein nachhaltigeres Verhalten bezüglich Kleidung fördert. Für Perwoll zählt dazu vor allem, Kleidung so zu pflegen, dass diese lange aussieht wie neu. Maren Lahm, Marketing Director Germany & Switzerland: „Mode bewusst einzukaufen und immer wieder neu zu interpretieren, zeigt, wie sehr Perwoll gerade heute den Zeitgeist verkörpert. Der Gedanke von #RethinkFashion ist unser Markenversprechen, das Perwoll seit Anbeginn auszeichnet.“

Capsule-Kollektion

In diesem Jahr hat die Marke gemeinsam mit der Stylistin Stefanie Schwaiger aus Vintage und Second Hand-Pieces insgesamt 20 neue Styles kreiert. Die Kollektion soll zum Restylen animieren und uns entdecken lassen, was wir bereits an Kleidung besitzen. Die diesjährige Capsule-Kollektion macht deutlich, dass wir uns auf sorgfältig ausgewählte Textilien konzentrieren und in mehr Qualität investieren sollten. Mit der richtigen Pflege sehen die Kleidungsstücke dann lange aus wie neu und lassen sich immer wieder zu neuen Looks kombinieren.

Die Kampagne wurde auch in diesem Jahr gemeinsam mit der Kommunikations-Agentur TBWA in Düsseldorf entwickelt und wird von namhaften Influencerinnen und Influencern, wie Jana Heinisch oder Tiktok*innen wie LauraxLora kommuniziert. Auch sie bekräftigen die Bedeutsamkeit eines bewussteren Umgangs mit Kleidung.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,7 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 52.000 Mitarbeiter:innen, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Henkel Laundry & Home Care

Kontakt Elke Schumacher
Telefon +49 211 797-8367
E-Mail elke.schumacher@henkel.com

Emanate PR

Stefanie Notter
+49 89 12445-147
henkel.lhc@emanatepr.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: @HenkelPresse

Henkel AG & Co. KGaA