

Presseinformation

13. Juli 2023

Perwoll kooperiert mit dem W.E4. FASHION DAY

Perwoll präsentiert Laufsteg-Looks auf der Berlin Fashion Week

Düsseldorf, Berlin – zur diesjährigen Berlin Fashion Week kooperiert Perwoll mit den Designern Rebbekka Ruétz und Kilian Kerner auf dem W.E4. FASHION DAY. Anlässlich des Launches von Perwoll Blütenmeer wurden exklusive Looks und Fashion-Pieces gemeinsam mit den Designern kreiert, die ganz im Zeichen des nachhaltigen Modekonsums stehen, den Perwoll mit der #RethinkFashion Initiative unterstützt. Zudem ist Perwoll Partner des Nachhaltigkeits-Contests für Modestudentinnen und Studenten beim W.E4. FASHION DAY.

„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. In diesem Jahr zieht es Perwoll zurück nach Berlin, wo die Marke 2021 schon einmal eine #RethinkFashion-Kollektion mit Fokus auf einen nachhaltigen Modekonsum präsentierte. Simone Gudlick, Director Marketing bei Henkel Consumer Brands Deutschland: „Seit 2018 setzt sich Perwoll mit der Initiative #RethinkFashion für den nachhaltigen Umgang mit Kleidung ein. Dazu gehört es auch, Textilien so zu pflegen, dass diese lange aussehen wie neu. Denn Kleidung, die länger schön bleibt, wird auch länger getragen. Mode lange zu tragen, bedeutet nicht Verzicht üben, sondern liegt absolut im Zeitgeist.“ Für die beste Perwoll-Pflege von schwarzer und dunkler Kleidung präsentiert Perwoll nun pünktlich zur Fashion Week sein neues Produkt [Perwoll Renew Blütenmeer](#) mit einem blumig-eleganten Duft.

Die Kollektionen

In diesem Jahr haben die Designer Rebekka Ruétz und Kilian Kerner das Thema des neuen Produktes Blütenmeer und den #RethinkFashion Gedanken in ihre jeweiligen Kollektionen integriert und kreative Denkanstöße geschaffen.

Die Mode von Rebekka Ruétz verbindet höchste Qualität und Langlebigkeit von ganz besonderen Lieblingsstücken. Für Perwoll zählt vor allem, Fasern und Farben so zu pflegen, dass diese lange aussehen wie neu. Deshalb setzt Ruétz ein klares Statement mit dem ikonischen Claim „Mit Perwoll gewaschen“ auf ausgewählten Kollektionsteilen.

Ein perfektes Match gibt es auch bei der ersten Kooperation von Perwoll und Kilian Kerner. Denn Perwoll steht für die Pflege der lässigen Streetstyle Pieces und starken Farbkombinationen aus der Show des Designers. Kerner nutzt das Motto seiner Show um zu zeigen, dass Perwoll perfekt zum Thema Mode passt und Teil unseres nachhaltigen Verhaltens sein sollte.

Next Generation mit Contest erreichen

Neben den beiden Kollektionen von Ruétz und Kerner ist Perwoll mit der #RethinkFashion-Initiative auch Partner des Nachhaltigkeits-Contests für Modedesign-Student:innen von Modeschulen in Berlin, Hannover und München, die aus Kleidungsspenden etwas Neues kreiert haben. Die Jury des W.E4. FASHION DAY stellte die zehn kreativsten Entwürfe für einen nachhaltigen Umgang mit Mode vor und kürte am 11.07.2023 den Gewinner Allen Zickert.

Über den W.E4. FASHION DAY

Mit großem Erfolg fand im Januar 2023 der erste W.E4. FASHION DAY auf der Fashion Week in Berlin statt und ging nun in die zweite Runde: Erneut stellten Rebekka Ruétz, Danny Reinke,

Marcel Ostertag und Kilian Kerner ihre neuen Kollektionen in der Verti Music Hall vor. Der zweite W.E4. FASHION DAY stand dabei unter dem Motto WE FIGHT CANCER. Gemeinsam mit der DKMS und der Deutschen Krebshilfe starteten die vier Designer eine groß angelegte Kampagne und widmeten ihre Veranstaltung den beiden Organisationen.

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