

PRESSEMITTEILUNG

COMMA CASUAL IDENTITY DESIGNT GEMEINSAM MIT DER ZEITSCHRIFT GRAZIA EXKLUSIV EINEN PONCHO

LIMITIERTER WENDE-PONCHO AB 24. SEPTEMBER IM HANDEL ERHÄLTlich

Rottendorf, September 2015

Gemeinsam mit der Zeitschrift GRAZIA bringt comma casual identity, die jüngere Casual Linie des international erfolgreichen Modelables comma, erstmals einen Web-Poncho heraus. Der Poncho zum Wenden wurde mit der GRAZIA-Fashionredaktion entworfen und ist exklusiv nur vom 24. September bis 18. Oktober 2015 im teilnehmenden Handel, in den comma Stores sowie online unter comma-fashion.com erhältlich. Das Ergebnis der Zusammenarbeit ist ein Statement-Poncho in neutralen Tönen mit sanften Akzenten in Beerentönen, der sich beidseitig tragen lässt.

„Wir freuen uns sehr, dass wir unsere und die Modekompetenz der GRAZIA vereinen konnten, um gemeinsam das lässige It-Piece für die aktuelle Saison zu entwickeln“, sagt Sonja Blömker, Geschäftsführerin von comma. „Egal ob zu lässiger Pants und Rolli oder zu klassischer Röhre und Bluse – der Wendeponcho lässt sich ganz einfach stylen“, so Sonja Blömker weiter.

Zum Designen des Ponchos traf GRAZIA Fashion-Directorin Birgit Schlotterbeck das comma casual identity Team in dessen Kreativ Zentrale. Zugreifen lohnt sich, denn das Resultat der Zusammenarbeit kann sich sehen lassen: ein Wende-Poncho aus fließender Webwolle, der durch schlichte Farbtöne, sanfte Akzente und Streifendesign in Beere überzeugt. Er ist nicht nur Key-Piece, sondern auch ein warmer Begleiter, wenn es draußen kühler ist. Zudem macht der Poncho nicht nur über die Schultern getragen, sondern auch als kombinierter Schalersatz eine gute Figur.

Ideen zum Styling lieferten Top-Fotografin Ellen von Unwerth und Model Charlene Högger, die seit Anfang 2015 Gesicht der Marke comma casual identity ist. Auf einem Rooftop in Berlin zeigten sie beim Shooting für die aktuelle Winter-Kampagne, wie easy sich der Poncho immer wieder neu inszenieren lässt.

„Die Zusammenarbeit mit GRAZIA bietet uns die perfekte Gelegenheit, die Bekanntheit unserer Casual-Marke comma casual identity noch stärker auszubauen und die Sichtbarkeit in der fashionaffinen Zielgruppe zu erhöhen“, so Sandro Schramm, Marketingleiter von comma.

Die Aktion wird am POS durch aufmerksamkeitsstarke Schaufenster- und Instore Displays begleitet. Der Poncho wird zudem durch ein Hangtag gekennzeichnet. Zusätzlich wird die Aktion mit Sonderwerbefromen in der Grazia sowie einer breit angelegten Online-Kampagne unterstützt. Die Styles sind in den comma Stores, bei den teilnehmenden comma Handelspartnern sowie online unter comma-fashion.com erhältlich.

comma,

ÜBER COMMA

comma gilt als eine der am schnellsten wachsenden Damen-Modemarken der vergangenen fünf Jahre in Deutschland. Seit 2008 hat sich der Umsatz von 42 Millionen Euro auf 200 Millionen Euro knapp verfünffacht. Die Markenwelt des Modeunternehmens umfasst zwei unterschiedliche Marken, die klar voneinander abgegrenzte Zielgruppen ansprechen. Die comma Kollektionen werden in über 25 Ländern an mehr als 2.500 Verkaufspunkten vertrieben. Das Vertriebsnetz umfasst eigene Stores, Franchise-Stores, Shop-in-Shops sowie Online Stores in Deutschland und Österreich. comma tritt als eigenständige Marke auf und ist eine hundertprozentige Tochter des Rottendorfer Textilunternehmens s.Oliver.

Mehr Informationen über comma finden Sie auch unter: **www.comma-fashion.com**

PRESSEKONTAKT:

comma GmbH, Nina Engelke

Telefon: 09302/309 – 9715

nina.engelke@comma-fashion.com

comma,