



Presseinformation

C&A stellt seine neue Markenstrategie vor

"You Do You & We Do The Fashion"

- Die neue Markenkampagne unterstreicht die Modernisierungsstrategie von C&A, eine verbraucherorientierte, europäische Modemarke zu werden, die ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis mit modernen und natürlichen Styles verbindet.
- Der Fokus der Neupositionierung liegt gleichermaßen auf Werten wie Qualität und Erschwinglichkeit wie auch Nachhaltigkeit und Inklusion.

Düsseldorf, 14. September 2022 – Als wesentlichen Teil der Transformationsstrategie wird das Modeunternehmen C&A morgen seine neue Markenkampagne vorstellen. Mit der Botschaft „Du bist Du, Wir sind Dein Look dazu“ ("You Do You & We Do The Fashion") stärkt C&A seine Position als verbraucherorientierte europäische Modemarke, die das Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten nach unkomplizierter, stilvoller und erschwinglicher Kleidung erfüllt. Gleichzeitig unterstreicht die Kampagne das kontinuierliche Engagement von C&A für Werte wie Nachhaltigkeit und Inklusion.

Die neue Markenstrategie wurde im Anschluss an eine umfassende Marktstudie entwickelt, für die das Unternehmen mehr als 14.000 Konsumentinnen und Konsumenten in sechs europäischen Ländern befragt hat. Das Ergebnis war eindeutig: Gewünscht ist eine Marke, die Erschwinglichkeit, Nachhaltigkeit, Qualität und Stil vereint. C&A reagiert auf diese Anforderungen, indem es Kollektionen mit ausgezeichnetem Preis-Leistungs-Verhältnis anbietet, mit denen sich die Konsumentinnen und Konsumenten wohlfühlen und die zu ihrem Lebensstil passen. "Wir sind auf unserem Weg zu einer modernen Modemarke einen entscheidenden Schritt vorangekommen", so Maik Kleinschmidt, Marketingleiter von C&A Europa. „In einer sich schnell verändernden Welt wollen wir eine vertrauenswürdige Marke sein, bei der Konsumentinnen und Konsumenten keine Kompromisse zwischen einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis sowie modernen und natürlichen Styles eingehen müssen.“

Integraler Bestandteil der Markenkampagne ist eine neue Bildsprache. Diese basiert auf emotionalen, stilvollen, natürlichen und authentischen Bildern, die in TV-Spots, Out-of-Home, in C&A-Filialen und auf digitalen Kanälen in ganz Europa zum Leben erweckt werden. Sie bietet ein enormes Wachstumspotenzial, weil es ihr gelingt, über die Stammkundschaft hinaus neue Verbrauchergruppen anzusprechen, die ein begrenztes Budget mit moderner und zeitloser Mode verbinden möchten.

Über C&A

C&A ist eines der führenden Modeunternehmen in Europa mit mehr als 1.300 Filialen in 17 europäischen Ländern und mehr als 25.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Jeden Tag begrüßt C&A in Europa Millionen von Besucherinnen und Besuchern in seinen Geschäften und online. Das Modeunternehmen bietet qualitativ hochwertige, langlebige Kleidung für die ganze Familie zu erschwinglichen Preisen. Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Website: [c-and-a.com](https://www.c-and-a.com)



Pressekontakt

C&A Europe | Wanheimer Straße 70 | 40468 Düsseldorf | Germany
Betty Kieß | Head of Corporate Communications Europe, C&A Europe
press@canda.com

Follow us

- www.linkedin.com/company/c&a/
- www.instagram.com/ca
- www.facebook.com/ca