



PRESSEMITTEILUNG

Let's get dressed for today. And for tomorrow!

C&A stellt seine neue, modernisierte Brand Identity vor. Diese legt den Fokus noch stärker auf Nachhaltigkeit, ohne dabei das Preis-Leistungs-Verhältnis aus den Augen zu verlieren: „C&A – Wear the Change“ startet mit der Herbst-Winter Saison 2020.

Inspiriert durch einen modernen und positiven „Tribe“, der selbstsicher, authentisch und ehrlich ist, führt C&A im Rahmen der aktuellen Denim Kampagne den neuen Brand Claim „Wear the Change“ ein. Dieser basiert auf der DNA des Mode-Einzelhändlers, der einer der bekanntesten in Europa ist, und bereits seit gut 180 Jahren die Demokratisierung der Modewelt vorantreibt – und das immer mit dem einen Ziel: Bekleidung für alle zu einem großartigen Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Ab 2020 macht C&A es sich nun offiziell zur Mission, Nachhaltigkeit zur neuen Normalität zu machen.

Düsseldorf, 28. August 2020 – Zum Start der Herbst-Winter-Saison 2020 beginnt C&A durch die Modernisierung der Marke und die Fokussierung auf Nachhaltigkeit ein neues Kapitel der Markenentwicklung. Mit dem Brand Claim „Wear the Change“ unterstreicht die Modemarke ihr Engagement, den „Tribe“ zu unterstützen – die moderne, demokratische Mitte der Gesellschaft – und das jeden Tag und zu jeder Zeit: damit jeder Mensch auf seine eigene, individuelle Art gut aussehen und sich gleichzeitig auch gut fühlen kann. Diese Überzeugung wirkt sich auf alle Bereiche des Unternehmens aus:

„Das neue Kapitel in unserer Entwicklung wird das gesamte Kundenerlebnis unserer Marke beeinflussen. Unser Ziel ist es, den C&A-Markenauftritt zu modernisieren und damit der neuen Normalität gerecht zu werden. Dabei fokussieren wir uns insbesondere auf die folgenden drei Bereiche: Nachhaltigkeit, ein unschlagbares Preis-Leistungs-Verhältnis und Inklusivität – also eine breite Produktauswahl für alle Altersstufen, für jedes Geschlecht und alle Körperformen. Diese Aspekte vereint mit dem neuen, modernen Look & Feel ziehen sich durch alle Touchpoints – mit einem noch stärkeren Fokus auf die Kommunikation in den digitalen Kanälen.“, sagt Dr. Maik Kleinschmidt, Director Brand Marketing bei C&A Europe.

Bevor „Wear the Change“ zum Brand Claim wurde, war es bei C&A das Label für nachhaltigere Kleidung und Initiativen. 50 % der Kollektionen werden bereits aus nachhaltigeren Materialien produziert. 2017 hat C&A das weltweit erste Cradle to Cradle Certified™ Gold Level T-Shirt hergestellt und dieses Jahr den weltweit nachhaltigsten Denim-Stoff auf den Markt gebracht. So ist C&A in der Modeindustrie zu einem echten Pionier im Bereich Nachhaltigkeit geworden - und „Wear the Change“ ist nicht länger nur ein Etikett an der Kleidung, sondern das allgemeingültige Markenversprechen.

Aus dem täglichen Wandel von Umwelt und Gesellschaft resultiert auch die Weiterentwicklung und Modernisierung des Look & Feels der Marke C&A. Die beiden ikonischen Buchstaben des Logos sind nun losgelöst von ihrem muschelförmigen Rahmen und wirken größer als je zuvor. Es zeigt Geradlinigkeit und Selbstbewusstsein und wird kombiniert mit klaren und unbeschwerten Bildern, die Emotionen gekonnt mit dem konkreten Produktversprechen verbinden – so tritt C&A als die Marke auf, die ihre Kunden bei jedem Schritt und in jeder Phase ihres Lebens begleitet. C&A ist die perfekte Wahl für positiv denkende Menschen, die das Leben genießen und großen Wert auf Authentizität, Modernität, Diversität und Beziehungen legen – ohne Kompromisse in Sachen Nachhaltigkeit eingehen zu müssen. Mit dem neuen Look & Feel verspricht C&A Nachhaltigkeit, Inklusivität, ein großartiges Preis-Leistungs-Verhältnis und eine moderne Ausstrahlung.



Über C&A

Mit mehr als 1.400 Filialen in 18 europäischen Ländern und rund 31.000 Mitarbeitern ist C&A eines der führenden Modehandelsunternehmen Europas. C&A begrüßt jeden Tag mehr als zwei Millionen Besucher in seinen Filialen in Europa und bietet Mode in guter Qualität zu günstigen Preisen für die ganze Familie. C&A ist auch in Brasilien, Mexiko und China präsent. Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Website: www.c-a.com

Pressekontakt:

C&A Europe | Wanheimer Straße 70 | 40468 Düsseldorf
Julia Ley | Lead Content Marketing and Brand Communication, C&A Europe
Tel.: + 49 211 9872 – 3289 | julia.ley@canda.com