



FREESOUL: NEUPOSITIONIERUNG

Nach der Übernahme durch die Investoren-Gruppe Batham Holding mit Sitz in Luxemburg soll Freesoul neu positioniert werden. Dafür hat die Marke mit italienischen Wurzeln ihren Vertrieb, der zum einen über Agenturen, zum anderen über eigene Showrooms läuft, umstrukturiert. In Italien und Frankreich betreibt Freesoul bereits Showrooms, im Juni kamen Deutschland und Spanien dazu. Auch das UK und Schweden stehen auf der Agenda, genauso wie die USA. Im Laufe des Jahres sind zudem 20 Corner geplant. Freesoul-Chef Ernesto Barbieri: „Die meisten werden in Frankreich starten, vor allem in Jeans-Fachgeschäften sowie in den Galeries Lafayette. Auch Deutschland und Griechenland stehen auf der Liste.“ Darüber hinaus laufen Verhandlungen mit Harrods und Selfridges in Großbritannien. Ab Ende nächsten Jahres sind auch die ersten Flagship Stores geplant. Teil der Repositionierung ist zudem die neue Ausrichtung der Kollektion, die sich nun nach einem Facelift als erwachsener Total-Look für Männer und Frauen zeigt. Herz der Linie ist nach wie vor Denim; Tops, Hemden und Jacken ergänzen das Angebot. Die Eckpreislagen für Jeans liegen zwischen 79 und 109 Euro, die Kernpreislage bei Damen liegt bei 89 Euro im VK, bei Männern bei 99 Euro. Pro Jahr bietet Freesoul zwei Kollektionen, ein NOS-Programm mit Basics ergänzt das Angebot. Ab Juli soll das Lagerprogramm mit Fashion-Teilen ausgebaut werden. (MG)

AUS FÜR HOOC

Das britische Label Hooch wurde Ende April eingestellt. Die Begründung: zu geringe Abverkäufe. Laut Vertriebsfirma Americana International, Manchester, konnte sich die 1993 gegründete Kollektion auf dem Markt nicht behaupten. „Die Hooch-Vororder entsprach leider ganz und gar nicht unseren Erwartungen“, so Americana International (CEO) Peter McGuigan. „Schuld sind die Positionierung des Labels und das wirtschaftliche Klima.“ Zukünftig will man sich stärker auf die kommerziell erfolgreiche Streetwear-Brand-Baum konzentrieren. Hooch wird derzeit bei etwa 200 Händlern in Europa geführt, die Orders für Winter 2009/10 werden komplett storniert. (MG)



LEE COOPER STARTET RDLC

Der Jeanser Lee Cooper, der bisher die High End-Kollektion Red Diamond anbietet, startet zum Herbst 2009 mit dem Label RDLC. „Wir waren auf der Suche nach einem neuen Stil, der besser zum 21. Jahrhundert passt“, erklärt Produktchef Ben Muis. RDLC habe sich da ganz natürlich ergeben, und zwar „auf der Grundlage dieser drei, ganz einfachen Wörter: Denim, Rock, Englisch. Dazu noch ein paar Ideen aus unserem Archiv, kombiniert mit den neuesten Technologien und Stoffen.“ Die Kollektion für Männer und Frauen besteht entsprechend aus rockig angehauchten Modellen mit Tailoring-Optik, entworfen von einem Londoner Designteam. Kern der Kollektion ist natürlich Denim mit etwa zehn neuen Jeansmodellen, hinzu kommen etwa 20 verschiedene Hemden. Angesiedelt ist RDLC im mittleren Marktsegment: Die Jeans, die in einer unternehmenseigenen Fabrik in Tunesien produziert werden, kosten im Einzelhandel zwischen 79 und 100 Euro, die über die Hongkonger Niederlassung gemagneteten Hemden 69 Euro. Der RDLC-Vertrieb läuft anders als bei den übrigen Linien: „Die Kollektion ist seit März zunächst exklusiv bei Galeries Lafayette in Frankreich erhältlich – so sehen wir, wie sie ankommt“, sagt Muis. Ab September wird dann auch in andere Länder geliefert. „Aus strategischen Gründen muss unser Label auf jeden Fall auf den deutschen Markt und sich auch die skandinavischen Länder erschließen, in denen wir noch nicht vertreten sind.“ Testimonial der RDLC-Werbekampagne ist die englische Elektrorock-Band Kish Mauve. (G)

TIMBERLAND BOOTS FÜR FRAUEN

Zur Winter-Saison hat der Footwear-Produzent Timberland Boot Company seine erste Limited Edition Frauen vorgestellt. Die sechs verschiedenen Modelle werden aus feinstem Leder produziert und sollen durch handgenähte Details bestechen. Die Kollektion, die feminine Formen und Funktionalität verbindet, lehnt sich an klassische amerikanischen Schuhmodelle aus den 1940er Jahren an. Das Angebot für Winter 2009/10 umfasst robuste Wintertiefstiefel wie den halb- und mittelhohen Stiefel, dazu Slipper und Schnürer mit Absätzen. Die Ek-Prima liegt bei etwa 100 Euro für Halbstiefel und 120 Euro für Stiefel. (MG)

