

PRESSEMITTEILUNG

Neue Marke im Sortiment von Peter Hahn

Distanzhändler weitet Markenportfolio aus

Winterbach, 25.06.2012 – Zum Start der Herbst/Winter-Saison 2012 führt der Multichannelhändler Peter Hahn eine neue Linie in seinem DOB-Sortiment ein.

Looxent ist der Name der neuen Kollektion. Zielgruppe ist die moderne, trendbewusste Frau mit Anspruch. Entstanden ist die neue Marke als Designleistung eines jungen Kreativteams im Hause Peter Hahn.

„Mit Looxent wollen wir dem Bedürfnis unserer Kundinnen nach einer verstärkten modischen Ausrichtung gerecht werden“, so die Peter Hahn-Geschäftsführerin Maximiliane Ways.

Das Sortiment besteht aus Basics, Coordinates und Accessoires und bietet eine gute Ergänzung zum bisherigen Markenportfolio des Distanzhändlers. Angeboten werden die Artikel bereits ab Größe 34. Der Einstiegspreis der Artikel liegt auf einem mittleren Preisniveau.

Die Einführung der Marke erfolgt über ein online- und eventgestütztes Marketingkonzept. So wird beispielsweise im Peter Hahn-Onlineshop, der erst im letzten Jahr komplett neu gelauncht wurde, ein eigener Markenshop für Looxent eingerichtet/eigene URL www.looxent.de

Mit Looxent hat Peter Hahn eine weitere Design-Marke exklusiv im Vertrieb. Seit 2006 entwirft die Düsseldorfer Designerin Uta Raasch für Peter Hahn. Labels wie Escada, Escada Sport, Gerry Weber, Bogner, KjBrand, Tuzzi Nero, Unützer, Basler, Cinzia Rocca und Brax runden das Markenportfolio von Peter Hahn ab.

Peter Hahn

Die PETER HAHN GmbH in Kürze

Seit 48 Jahren ist Peter Hahn erfolgreicher Modeversender im gehobenen Qualitäts- und Preissegment. Mit Lamahaarprodukten konnte das Unternehmen eine Marktlücke besetzen und eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung einleiten. Heute steht der Spezialversender mit dem Angebot hochwertiger Mode via Katalog, Internet und Einzelhandel für ein äußerst erfolgreiches und dynamisch wachsendes Unternehmenskonzept im In- und Ausland. Durch strenge Sortimentskriterien und Qualitätskontrollen garantiert Peter Hahn ein gleich bleibend hohes Niveau des Angebots. Außerdem bietet es seinen Kunden eine bemerkenswerte Markenvielfalt. Dazu zählen unter anderem „U.R. beautiful“ der Designerin Uta Raasch, Bogner, Joop, Laurèl, Strenesse Blue, Lacoste, Basler u.v.m. Insgesamt hat das Unternehmen über 250 Marken im Sortiment sowie die erstklassigen Eigenmarken von Peter Hahn. Erwerben können Kunden die Ware in den 20 Modehäusern in Deutschland und der Schweiz. Darüber hinaus kann das Angebot auch über die Onlineshops in den europäischen Ländern sowie über die zwei Hauptkataloge jährlich und den rund acht bis zehn Spezialkatalogen bestellt werden.