

PRESSEMITTEILUNG

## Mode für den NEW URBAN PLAYER TOM TAILOR startet mit neuer Markenausrichtung und überraschender Kollektion in den Herbst/Winter 2014

*Hamburg, 08. Mai 2014* – Mit der Herbst/Winterkollektion 2014 startet die TOM TAILOR GROUP eine Neuausrichtung ihrer beiden Kernmarken. Bisher noch als TOM TAILOR Casual Men bzw. Women im Markt präsent, firmieren die beiden Hauptmarken ab August 2014 als TOM TAILOR WOMEN und TOM TAILOR MEN. Die Streichung des „Casuals“ im Markennamen entspricht der neuen Kollektionsausrichtung, die mit den drei Lifestyle-Welten URBAN, FASHION und GEAR die modische Historie der Marke TOM TAILOR aufgreift und zeitgemäß weiterentwickelt.

Die neuen TOM TAILOR Styles sind detaillierter, cleaner und modischer. Sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern startet TOM TAILOR farblich deutlich ruhiger in den kommenden Herbst. Neben Grau- und Blautönen setzen Burgunder und Flaschengrün farbliche Highlights. Während die winterlichen Looks der neuen Marke TOM TAILOR WOMEN sehr feminin inszeniert sind, betont TOM TAILOR MEN die neue Maskulinität mit kernigen Details und authentischen Effekten. Konsumenten finden die neuen Styles ab August 2014 in allen TOM TAILOR Stores und im E-Shop.

### **TOM TAILOR WOMEN**

Im Unterschied zum Vorjahr ist die Herbst/Winterkollektion 2014 vor allem durch ruhigere Farben geprägt. Neue Qualitäten und Silhouetten sorgen dabei für Spannung. Neben dunklen Blautönen dominieren Schwarz und neutrale Grautöne die neue Frauen-Kollektion für den kommenden Winter. Als Akzentfarben kommen ein neuer Burgunder-Ton, ein dunkles Flaschengrün und aufregende Gewürztöne zum Einsatz. Außerdem geben in diesem Jahr erstmals Winterpastellöne den Designs eine ganz neue Frische.

Der thematische Fokus der Contemporary Urban Styles liegt auf Grunge und Rock. Beide Themen sind dabei sehr feminin und clean umgesetzt. Große Checks werden mit Spitze

# TOM TAILOR GROUP

veredelt und im Mix mit Animal-Drucken neu interpretiert. Für spannende Looks sorgen Kontraste in der Silhouette und in den Materialien. So gewinnen fließende Materialien ebenso an Bedeutung wie neue, feste Qualitäten, die an Neopren erinnern.

Die neuen Urban Authentic Styles von TOM TAILOR WOMEN leben von ihren Kontrasten. Feminine Spitze wird zu gewaschenem Samt kombiniert, Pailletten und Glitzer bleiben zentrale Details. Der Kontrast von romantischen Drucken zu kernigen Denims bringt dabei eine ganz neue Lässigkeit in die Kollektion.

Sportlichkeit prägt außerdem die neuen American College Sports Styles. Dafür sorgen vor allem die Aufsteiger-Themen Sweat und Denim: Neben dem Sweat-Blazer gewinnen die Sweat-Hose und der Sweat-Pullover an Bedeutung.

## **TOM TAILOR MEN**

Weniger Farbe und dunklere Töne mit höherem Schwarzanteil prägen die Herbst/Wintersaison der neuen Marke TOM TAILOR MEN. Dunkelblau, Schwarz und vielfältige Grautöne stehen dabei im Zentrum. Dazu passende Akzente setzen tiefe Rot- und Brauntöne in Kombination mit helleren Naturtönen. So werden die winterlichen Looks von TOM TAILOR MEN 2014 sehr maskulin in Szene gesetzt, wobei wertige Woll-Looks ebenso an Bedeutung gewinnen wie softe Oberstoffe. Im Fokus stehen dabei vor allem Strukturen und Struktur-Mixe: In der Masche zeigen sich diese in Melangen, Moulinées und farbigen Naps, über Fischgratbilder, Zopfmuster, Honeycomb und Jacquard bis hin zu feinen Waffelstrukturen.

Ein wichtiger Bestandteil der neuen Maskulinität von TOM TAILOR MEN sind im Herbst/Winter 2014 kernige Details mit authentischen Effekten wie Metall-Zipper in unterschiedlichen Galvaniken, Lederdetails und wertige Knöpfe, etwa in Horn- und Holzoptiken. Darüber hinaus ist das Thema Denim von zentraler Bedeutung, nicht nur bei den Hosen: Nieten, Kontrastnähte und markante Steppungen prägen den Denim-Spirit in allen Warengruppen.

Auch das Freizeithemd zeigt sich bei TOM TAILOR MEN betont maskulin, wenngleich optisch ruhiger. Robuste Denim-Hemden prägen neben gebürsteten Flanellen, Melangen und Fischgrat-Dessins den diesjährigen Winter. Nichtsdestotrotz wird das Freizeithemd bei TOM TAILOR MEN auch weiterhin gewaschen, gepatcht, geschmückt und mit Kontrastnähten versehen.

# TOM TAILOR GROUP

Im Outdoor-Bereich überzeugt TOM TAILOR MEN in der kommenden Saison mit viel Leichtigkeit und neuen Looks im Bereich Daunen, wattierte Steppjacken und dem Dauerbrenner-Thema Westen. Für Highlights bei den Übergangsjacken sorgen vor allem Blousons und rockige Biker-Styles in Lederoptik. Die Funktionalität im Outdoor-Bereich unterstreichen beschichtete Oberflächen, während ein Mix aus Wolle und Leder die Maskulinität betont.

## **Pressekontakt**

Kim Kersting  
Senior Specialist Brand PR  
TOM TAILOR GmbH  
Telefon: +49 (0) 40 58956-433  
Telefax: +49 (0) 40 58956-498  
E-Mail: kim.kersting@tom-tailor.com

## **Über die TOM TAILOR GROUP**

Die TOM TAILOR GROUP ist ein international tätiges Mode- und Lifestyle-Unternehmen, das mit seinen Marken TOM TAILOR und BONITA modische Casual Wear und Accessoires im mittleren Preissegment anbietet. Die Marke TOM TAILOR umfasst die Marken TOM TAILOR CASUAL, TOM TAILOR Denim sowie TOM TAILOR POLO TEAM. Die Kollektionen richten sich an Kunden zwischen 0 und 40 Jahren und werden über die Segmente Wholesale und Retail in mehr als 35 Ländern vertrieben. Seit August 2012 gehört BONITA, einer der führenden deutschen Modemarkenhersteller und -händler, zur TOM TAILOR GROUP. BONITA vertreibt Damen- und Herrenkollektionen für die Zielgruppe ab 40 Jahren.

Die TOM TAILOR GROUP erzielte im Geschäftsjahr 2013 einen Umsatz von 907,2 Mio. EUR, dazu trug BONITA 350,7 Mio. EUR bei. Im Retail-Segment ist der Konzern mit 1.364 eigenen Stores präsent. Davon entfallen 1.010 auf BONITA und BONITA men sowie 354 auf TOM TAILOR. Die Marke TOM TAILOR wird darüber hinaus über Handelspartner vertrieben. Ende 2013 zählten hierzu 197 Franchise-Partner, 2.269 Shop-in-Shops und rund 7.500 Multi-Label-Verkaufsstellen.

Informationen auch unter [www.tom-tailor-group.com](http://www.tom-tailor-group.com) und [www.bonita.eu](http://www.bonita.eu)