



Pressemitteilung

sheego startet durch – mit geschärftem Profil und neuer Kampagne

Hanau, 12. August 2020. Kaum ein Modemarkt hat sich so sehr verändert wie Plus Size. Seit mehr als zehn Jahren gehört sheego zu den beliebtesten Marken in diesem Segment und gestaltet den Wandel aktiv mit. Jetzt geht sheego nach vorn. Mit der Bezeichnung „sheego. The curves company.“ schärft das Unternehmen seine Positionierung und stellt auf den ersten Blick klar, worum es geht: um einen selbstbewussten und positiven Blick auf Kurven. Das untermauert auch die neue Brand-Kampagne, mit der sheego jetzt an den Start geht. Unter dem Hashtag #myperfectstyle zeigt sheego selbstbewusste Frauen, die wissen, was sie ausmacht. Gefolgt von der modischen Aussage: Great Styles for Great Sizes.

„Für uns steht die Persönlichkeit im Vordergrund“, sagt Dr. Torge Doser, Geschäftsführer und damit verantwortlich für sheego. „Mode ist dazu da, die individuelle Schönheit ihrer Trägerin leuchten zu lassen. Aus dieser Kombination entsteht ein positives Körpergefühl. Diese Überzeugung treibt uns bei sheego an. Und deshalb sind für uns große Größen definitiv großartige Größen.“ Der neue Claim „sheego. The curves company.“ macht deutlich, dass Kurven ein wesentlicher Teil der Unternehmens-DNA sind. „Gerade weil wir Kurven und Körperformen so gut verstehen, können wir als Modemarke mit fundiertem Know-How und einem vielseitigen Angebot genau das präsentieren, was unsere Kundinnen suchen: modische, inspirierende Looks in perfekter Passform“, so Doser.

Passform, aktuelles Design und Kundennähe

Die Passformkompetenz von sheego zeigt sich in der Expertise für Materialien und Schnittführung. Daneben machen modische Aktualität und die Nähe zu den Kundinnen den Erfolg von sheego aus. sheego bringt jährlich etwa zehn Kollektionen auf den Markt, die sich durch hohe Qualität auszeichnen und in Sachen Mode den Puls der Zeit treffen. Dafür sorgt ein Design-Team, das direkt im Hause sheego mit Präzision und viel Liebe zum Detail arbeitet. Besonders bei den modisch spitz ausgerichteten Kollektionen geht sheego zudem regelmäßig Kooperationen mit Modepartnern ein – so wie jüngst von 2019 bis 2020 mit der Designerin Miyabi Kawai.

Hinzu kommt schließlich der enge Kontakt zu den Kundinnen: Individueller Service und Beratung sind für sheego genauso wichtig wie der Austausch über Bedürfnisse, Haltungen und Lebensgefühl. Möglich wird dieser Austausch, weil sheego konsequent die Chancen der Digitalisierung nutzt.

Kommunikation und Vertrieb: Fokus auf digital

Über Youtube, Instagram und Facebook pflegt sheego den Kontakt zu den Kundinnen. Auch im Vertrieb konzentriert sich der Omni-Channel-Anbieter auf die digitalen Kanäle. Dies sind vor allem der sheego Online Shop sowie die großen Mode-Plattformen – national sowie zunehmend auch in anderen europäischen Märkten. Aber auch auf Print baut sheego weiterhin: Im Frühjahr 2020 ist der erste Saison-Katalog im neuen Format erschienen, der auf 400 Seiten Lust auf Mode macht und Infotainment mit Styling-Tipps und Beratung verbindet.



Internationalisierung, digitaler Ausbau und eine weitere Stärkung der Marke sheego sind die zentralen strategischen Ziele des Unternehmens. Den Weg dorthin geht sheego mit einer schlanken Organisationsstruktur, die ein ebenso flexibles wie agiles Arbeiten ermöglicht – und das ab November vom neuen Unternehmensstandort in Frankfurt aus. Eine zunehmend wichtige Rolle spielt auch das Engagement für Nachhaltigkeit. Unter dem Dach von „sheego cares“ werden Ansätze von der fairen Herstellung über transparente Lieferketten bis hin zur Konzentration auf umweltschonende Materialien zusammengefasst. Alle nachhaltigen Artikel sind entsprechend gekennzeichnet. So liegt ihr Anteil im Frühjahr/Sommer 2020 bereits bei 52 Prozent. Die für sheego verarbeitete Baumwolle stammt sogar zu 100 Prozent aus der Nachhaltigkeitsinitiative „Cotton made in Africa“.

Brand-Kampagne: #myperfectstyle - individuelle Schönheit – ohne Kompromisse

Mit der aktuellen Brand-Kampagne positioniert sich sheego als Marke, die den Wandel hin zu Body Positivity und einer selbstbewussten Plus Size Mode vorantreibt. Der zentrale Gedanke der Kampagne: Schönheit lebt durch die individuelle Vielfalt von Frauen. Mode wiederum unterstützt darin, die eigene Persönlichkeit in Szene zu setzen – ohne Kompromisse. Weil Stil keine Frage der Kleidergröße ist, sondern der inneren Einstellung. Als Markenbotschafterinnen für die Kampagne konnte sheego die TV-Moderatorin Leonie Koch und die Sängerin Bahar Kizil gewinnen.

Die sheego Brand Kampagne #myperfectstyle geht am 12. August 2020 auf allen sheego Kanälen online.

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCG8Wns_HNpqiBpbDuPyPe4w

Instagram: https://www.instagram.com/sheego_fashion/

Facebook: <https://www.facebook.com/sheego>

Web: <https://www.sheego.de/myperfectstyle>

Das entsprechende Bildmaterial zur sheego Brand Kampagne #myperfectstyle können Sie [HIER](#) herunterladen.

Pressekontakt sheego:

Frauke Kehl // 06181 368 318 // frauke.kehl@schwab.de

Kristina Finken // 06181 368 173 // kristina.finken@schwab.de

sheego – The curves company:

Seit 2009 ist sheego als Plus Size Label der Schwab Versand GmbH am Markt und bietet unverwechselbare, modische Styles bis Größe 58. Dazu gehören neben der großen Passformkompetenz auch individuelle Beratung und Service. sheego lebt das Credo: Stil ist keine Frage der Kleidergröße, sondern der inneren Einstellung.