



# "We Live to Discover" – Jack Wolfskin stellt strategische Neupositionierung der Marke vor

**HERBST/WINTER 22/23-KOLLEKTION MIT TECHNOLOGISCHEN UND NACHHALTIGEN INNOVATIONEN STEHT FÜR ZUKÜNFTIGE MARKEN-AUSRICHTUNG**

**Idstein, 17. Januar** – Das führende Outdoorunternehmen Jack Wolfskin mit Sitz in Idstein bei Frankfurt präsentiert mit der Kollektion für Herbst/Winter 2022 seine neue strategische Markenausrichtung unter CEO Richard Collier. Zentral für diese Ausrichtung stehen der neue Claim „We Live to Discover“ sowie eine dezente Überarbeitung der Corporate Identity und des bekannten Logos mit der Wolfskatze. Jack Wolfskin lässt sich von der Überzeugung leiten,

dass alle Menschen einen Entdeckungsdrang in sich tragen. Deshalb möchte das Unternehmen fortan dazu inspirieren, ihm zu folgen, sich mit der Natur zu verbinden und gemeinsam mit anderen transformative Outdoormomente zu erleben. Dafür entwickelt das Unternehmen Performance-Bekleidung, -Schuhe und -Ausrüstung mit deutscher Ingenieurskunst und höchstem Anspruch an Technologie, Design und Nachhaltigkeit.

„Jack Wolfskin entstand vor über 40 Jahren am Lagerfeuer. Wir führen die Marke jetzt zu ihren Wurzeln zurück“, sagt Collier. „Mit unseren Produkten und unserem Know-how ermöglichen wir transformative Entdeckungsmomente für alle. Wir animieren Menschen, hinauszugehen und ihre Umgebung – in der Nähe und in der Ferne – zu entdecken. Die Freude an der Entdeckung und gemeinsamen Momenten sind dabei wichtiger als das Erreichen konkreter Ziele. Jack Wolfskin ist eine Marke für alle, die ihrer Neugier folgen.“

Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung hat Jack Wolfskin auch seine Produkt- und Technologiearchitektur modernisiert. Ein klarer Fokus auf ausgewählte Aktivitäten sowie eingängige Technologiebezeichnungen bieten Kundinnen und Kunden bestmögliche Orientierung. „Auf diese Weise wollen wir zentraler Bestandteil von ausgewählten individuellen Outdoor-Aktivitäten wie Wandern, Radfahren, Trekking und Skitouren sein“, so Collier.

In der Entwicklung lässt sich Jack Wolfskin von seinem deutschen Design-Ethos leiten, das sich durch Langlebigkeit, Zuverlässigkeit und Leistung auszeichnet. Das Unternehmen hat den Anspruch, die besten und nachhaltigsten Lösungen bereitzustellen, mit denen es seine Auswirkungen auf unserem Planeten minimieren möchte. In diesem Verständnis präsentiert die Herbst-/Winter-Kollektion 2022

einzigartige Technologieinnovationen sowie Ansätze für kreislauffähige Produkte.

Nachhaltigkeit hat in allen Geschäftsbereichen von der Produktentwicklung bis hin zur Lieferkette Priorität. Durch die Neuausrichtung verpflichtet sich das Unternehmen noch stärker als bisher zum Handeln. Gemeinsam mit Forschern und Meinungsführern setzt es sich für die ökologische Wiederherstellung von Ökosystemen ein und zeigt Möglichkeiten für alle auf, hier selbst aktiv zu werden.

Neben der Neuausrichtung der Marke hat Richard Collier auch einen klaren Fahrplan für die globale Expansion der Marke vorgestellt: Neben den großen Wachstumsmärkten China, USA und Russland will Jack Wolfskin auch in Europa weiter wachsen. Der Fokus liegt dabei auf den Niederlanden, Belgien, Großbritannien, Polen und Italien. Die DACH-Region bleibt ein wichtiger Kernmarkt. Auch dem digitalen Geschäft wird noch mehr Bedeutung beigemessen. Durch den Ausbau des bestehenden Omnichannel-Modells sollen Kundinnen und Kunden an allen Touchpoints weltweit den besten Service erhalten. Auch im Marketing wird Jack Wolfskin eine Digital-Offensive starten und deutlich stärker in digitalen Kanälen, insbesondere den sozialen Medien, präsent sein. Gezielte Marketing-Kampagnen unterstützen die Neupositionierung der Marke.

## Über Jack Wolfskin

Jack Wolfskin ist ein weltweit führender Anbieter von hochwertiger Outdoor-Bekleidung, -Schuhe und -Ausrüstung aus deutscher Entwicklung. Das Unternehmen wurde 1981 am Lagerfeuer unter Freunden in der kanadischen Wildnis gegründet und hat sich zum Ziel gesetzt, alle Entdecker zu inspirieren, indem es transformative Outdoor-Erlebnisse schafft, wo auch immer sie sind. Jack Wolfskin hat seinen Hauptsitz in Idstein, Deutschland, und einen nordamerikanischen Standort in Park City, Utah, sowie eine asiatische Niederlassung in Shanghai, China. Das Unternehmen hat sich zu einer führenden Outdoor-Marke in Europa und Asien mit mehr als 490 JACK WOLFSKIN Stores und über 4.000 Verkaufspunkten weltweit entwickelt. Jack Wolfskin setzt auf Nachhaltigkeit und konzentriert sich auf die Entwicklung ethischer und umweltbewusster Produkte sowie auf die Förderung fairer und humaner Arbeitsbedingungen. Das Unternehmen ist seit 2010 Mitglied der Fair Wear Foundation und seit 2011 bluesign®-Systempartner, der die gesamte Lieferkette auf Nachhaltigkeit überprüft. Jack Wolfskin bietet auch Produkte mit dem Grünen Knopf-Label an. Das Unternehmen beschäftigt derzeit weltweit über 1.400 Mitarbeiter. Im Januar 2019 wurde Jack Wolfskin von der Callaway Golf Company übernommen.

## Engineered in Germany, Proven in the Wild.