

W.Schillig

Mit „black label“ neue Zielgruppen erobern

Mittwoch, 20.06.2012



Foto: W.Schillig

Immer wieder für eine Überraschung gut – W.Schillig macht derzeit mit einer neuen, exklusiven Kollektion von sich reden. Unter dem Signet „black label by W.Schillig“ wurden in Zusammenarbeit mit Lutz Reinhardt edle und modern-klassische Polstermöbel konzipiert, die ein Trading-up zur bestehenden Kollektion darstellen. Der Anspruch, den das Unternehmen an sich stellt, ist gewohnt hoch: „Unsere Zielsetzung sind Modelle, die in zehn Jahren noch so modern sind wie heute und das in Kombination mit einer komplett neuen Lederkollektion“, erläutert Geschäftsführer Erik Stammberger. Viel Wert wurde auch auf die Details der Modelle gelegt – feine Nähte, innovative Füße und versteckte Effekte unterstreichen die Wertigkeit der Kollektion. Die Vermarktung soll ausschließlich über Kunden erfolgen, die bereits bisher eng mit dem Unternehmen zusammenarbeiteten. Der Startschuss von „black-label“ erfolgt im Herbst.

[zum Seitenanfang](#)