

Jack & Jones wil met een nieuwe look een breder publiek trekken

31-08-2018 15:39



Jack & Jones heeft een nieuwe visuele identiteit ontwikkeld die vanaf dit najaar wordt doorgevoerd. De nieuwe uitstraling wordt stap voor stap in de winkels en op alle overige platformen geïmplementeerd, zo laat de modeketen weten.

De nieuwe merkidentiteit is het resultaat van een strategische heroriëntatie. “We hebben ons merk vanuit het perspectief van de consument bekeken en besloten om onze visuele identiteit te vernieuwen”, zegt brand director Anders Gam.

De nieuwe look omvat een nieuw logo, lettertype en kleurgebruik. “We wilden terug naar onze denimroots, en nadruk leggen op onze bedrijfscultuur, onze kernwaarden en onze kernactiviteiten”, reageert Peter Kristiansen, tevens brand director van Jack & Jones. De nieuwe identiteit moet het label relevanter maken en zo nieuwe consumenten aantrekken.

De afgelopen maanden is volgens het bedrijf al op verschillende andere manieren geprobeerd een breder publiek te bereiken. Zo kwam er een plussize-collectie en collectie voor kinderen van 8 tot 16 jaar. “Met deze nieuwe collecties kunnen we een groter publiek gedurende hun hele levens kleden”, aldus Gam.

Jack & Jones heeft wereldwijd meer dan duizend vestigingen. Het merk maakt met onder meer Vero Moda en Only onderdeel uit van Bestseller.