Vestiaire Collective , die führende globale Resale-Site für authentifizierte gebrauchte Luxus- und Premiummode, zeigt eine neue Branding-Kampagne mit einer aufgefrischten Markenidentität und einer aktualisierten Website.

Die Kampagne feiert die sieben Millionen Mitglieder starke globale Gemeinschaft von Vestiaire Collective und wird im Einklang mit einem neuen Markenlogo, einer neuen visuellen Identität und verbesserten benutzerfreundlichen Funktionen auf allen Geräten eingeführt. Sie wurde zusammen mit der französischen Kreativagentur BETC Étoile geschaffen und würdigt den Wiederverkauf als zeitgemäßen Umgang mit Luxus, während sie das aus durch die Community entstehende, einzigartige Angebot von Vestiaire Collective hervorhebt. „Dieser neue, ehrgeizige visuelle Anspruch des Unternehmens verkörpert sowohl die DNA und Zukunftsvision von Vestiaire Collective als auch unser Verständnis der Kunden. Die unterschiedlichen Denkweisen innerhalb unserer User-Community und die Beweggründe für den Verkauf sind kreatives Herzstück der Kampagne“, so die Plattform.

Um den modernen, weltweiten Modebegeisterten gerecht zu werden, bietet die ansprechende Website nun auch integrierte redaktionelle Inhalte, eine aktualisierte handyfreundliche Typografie sowie das neue Logo. Dieses wird auch auf den aktuellen Verpackungen zu sehen sein. Getreu dem Motto, gebrauchten Dingen ein neues Leben zu schenken, hat das 2009 in Paris gegründete Unternehmen nämlich das gesamte Packaging überarbeitet: Alle Verpackungen und Etiketten werden ab sofort aus recyceltem Material gefertigt und stehen somit ganz im Zeichen des Wiederverwendungsgedankens der Plattform.

Luxus neu interpretiert – Vestiaire Collective zeigt sich in seiner generalüberholten Form bewusster und ansprechender. Spätestens jetzt ist es an der Zeit, Teil der Community zu werden!

Weitere Informationen unter www.vestiairecollective.com .