



## #BREADANDBUTTER16 UPDATE

Zalando möchte Menschen und Mode verbinden und Kunden direkten Zugang zur Modewelt und ihren Lieblingsmarken ermöglichen. Genau aus diesem Grund hat die Modeplattform die bekannte Bread&Butter übernommen und verwandelt sie nun in eine Trend Show, die als Publikumsevent öffentlich zugänglich ist und das Neueste aus Mode und Musik sowie digitale Innovationen vorstellt. Unter dem Motto **NOW** bietet die erste Bread&Butter by Zalando eine innovative Bühne, auf der ausgewählte Marken ihre Geschichten und Produktneuheiten für die Herbst/Winter Saison präsentieren, die Kunden auch direkt kaufen können.

### Marken- und Musikpartner

Mehr als 25 internationale Modemarken präsentieren sich auf der ersten Bread&Butter by Zalando, darunter **adidas, Converse, Eastpak, Lee, Levi's®, Marina Hoermanseder x Hello Kitty, Nike, Reebok, Stance** und **Vans**. Das italienische Luxus-Label **Marni** gibt einen ersten Einblick in eine exklusiv für Zalando entworfene Schuh-Kollektion. Darüber hinaus feiert die 'Tommy X Gigi' Kollektion von **Tommy Hilfiger** und Gigi Hadid auf der Trend Show ihr Debüt – Gigi Hadid wird als Special Guest vor Ort mit dabei sein. Außerdem können Besucher erleben, wie eng Mode und Technologie in der Zukunft miteinander verknüpft sein werden: **zLabels** präsentiert Designs, die mit Hilfe intelligenter Maschinen hergestellt werden. Mit traditionellen Ausstellungen bricht die Bread&Butter by Zalando, indem die Ausstellungsfläche mit individuellen Brand Stages offen gestaltet ist, an Stelle von konventionellen Messeständen. Neben aktuellen Modetrends steht auch die neueste Musik im Fokus: Aufstrebende Künstler bringen neue Sounds aus ganz Europa in die Arena Berlin. Kuratiert wird dies von der Musikplattform **Boiler Room**, die auf der Bread&Butter verschiedene Pop-up- und Live-Performances umsetzt.

### Konzept

Die Bread&Butter by Zalando ist von fünf zentralen Themen inspiriert: „Get Physical“, „Fill your Feed“, „Mix it Up“, „Make it Yours“ und „Gear it Up“. Passend dazu präsentieren die teilnehmenden Marken Special Editions und bieten Customizing Workshops an, in denen Besucher sich Artikel individuell gestalten lassen können. Ausgewählte Neuheiten werden auf der Trend Show mit Hilfe von Augmented Reality vorgestellt. Einige Marken sind mit eigenen Fashion Shows vertreten, darunter **HUGO, Puma, TOPMAN, TOPSHOP** und **Zalando**. Die Kollektionen werden kurz nach den jeweiligen Schauen online erhältlich sein. Die Visual Identity der neuen Bread&Butter by Zalando wurde in Zusammenarbeit mit **Craig & Karl** entwickelt.

Das visionäre Illustratoren-Duo ist bekannt für seine unverwechselbare, humorvolle visuelle Sprache und passt damit hervorragend zum spielerischen Konzept der dreitägigen Veranstaltung, die vom 2.-4. September in der Arena Berlin stattfindet.

Weitere Informationen und Tickets gibt es ab 13. Juli 2016 auf [breadandbutter.com](http://breadandbutter.com). Bildmaterial steht unter [breadandbutter.com/press](http://breadandbutter.com/press) zur Verfügung.

### Zitate

„Unser Bread&Butter Konzept bricht mit dem Status-quo der Modebranche“, sagt David Schneider, Gründer und Mitglied des Vorstands von Zalando. „Wir verabschieden uns von der traditionellen Trade Show, um Platz für eine ganz neue Art von Event zu schaffen: Eine Trend Show für Marken und Konsumenten, die die Möglichkeit für direkte Interaktion bietet. Wir möchten dem Besucher Inspiration bieten, mit ihm die aktuellsten Trends und Produkte entdecken und diese direkt zugänglich machen. Die Bread&Butter by Zalando schließt den Konsumenten nicht länger aus der Modewelt aus, sondern lädt ihn ein, Teil von ihr zu werden.“

„Passend zu unserem Motto NOW möchten wir mit der ersten Bread&Butter by Zalando Erlebnisse schaffen, die On- und Offline miteinander verbinden und soziale Interaktion und Engagement fördern“, erklärt Carsten Hendrich, VP Brand Marketing bei Zalando. „Neben den neuesten Trends im Mode- und Musikbereich, werden wir zeigen, was in der digitalen Welt gerade angesagt ist und all das mit unseren Konsumenten teilen.“

### Aktuelle Übersicht der Markenpartner:

adidas, Converse, Eastpak, Fossil, G-Star, Happy Socks, Herschel Supply Co., HUGO, IVYREVEL, Lee, Levi's®, Marina Hoermanseder X Hello Kitty, Marni X Zalando, Minimum, mint&berry, Nike, Puma, Rains, Reebok, Selected Femme & Homme, SET, Stance, Tommy X Gigi, TOPMAN, TOPSHOP, Vans, Won Hundred, Zalando und Zign.

### ÜBER ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.de>) ist Europas führende Online-Plattform für Mode. Wir bieten unseren Kunden eine umfassende Auswahl an Bekleidung, Schuhen und Accessoires für Damen, Herren und Kinder bei kostenfreiem Versand und Rückversand. Das Sortiment reicht von über 1.500 weltweit bekannten Marken über lokale und Fast-Fashion Brands bis hin zu selbst designten Private Labels. Die Zalando-Shops sind lokal auf die Bedürfnisse der Kunden in 15 verschiedenen europäischen Märkten zugeschnitten: Belgien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Frankreich, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien und das Vereinigte Königreich. Zalandos Logistiknetzwerk mit drei zentralen Logistikzentren in Deutschland ermöglicht die effiziente Versorgung aller Kunden in ganz Europa. Wir sind überzeugt, dass der Dreiklang aus Mode, Technologie und Logistik unseren Kunden und Markenpartnern einen Mehrwert bietet. Die internationalen Zalando-Shops verzeichnen monatlich mehr als 160 Millionen Besuche, von denen im ersten Quartal 2016 rund 62 Prozent von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 18,4 Millionen.

### KONTAKT ZALANDO

Nadine Przybilski  
[nadine.przybilski@zalando.de](mailto:nadine.przybilski@zalando.de)  
+49 30 20968 5002