DER BERLINER MODE SALON

CATRICE COSMETICS

REVIEW zur Fashion Week in Berlin

CATRICE x Berliner Mode Salon: Konzept auf Erfolgskurs

Lieblingstermin der vergangenen Woche: Der Berliner Mode Salon. Das Vorhaben der beiden Initiatoren, VOGUE-Chefredakteurin Christiane Arp und Nowadays-Geschäftsführer Marcus Kurz sowie der Partner CATRICE und Wella, hat sich mehr als erfüllt: Deutsches Modedesign hat seine Plattform gefunden. Die inspirierende Kulisse des spätklassizistischen Kronprinzenpalais hat seinen Zweck voll und ganz erfüllt und wurde zu einem Ort für talentierte Nachwuchsdesigner sowie etablierte Labels. Hier konnten die Designer ihre Mode präsentieren und gleichzeitig mit den ausgewählten Besuchern des Salons ins Gespräch kommen.

Insgesamt 30 deutsche Designer zeigten vom 8. bis 10. Juli 2015 im Rahmen des zweiten Berliner Mode Salons ihre neuen Entwürfe. Als offizieller Partner des Berliner Mode Salons kreierte CATRICE in Kooperation mit Loni Baur, Head of Make-up, insgesamt elf zukunftsweisende Make-up Looks und verantwortete damit, zusammen mit Wella, das Styling aller Models.

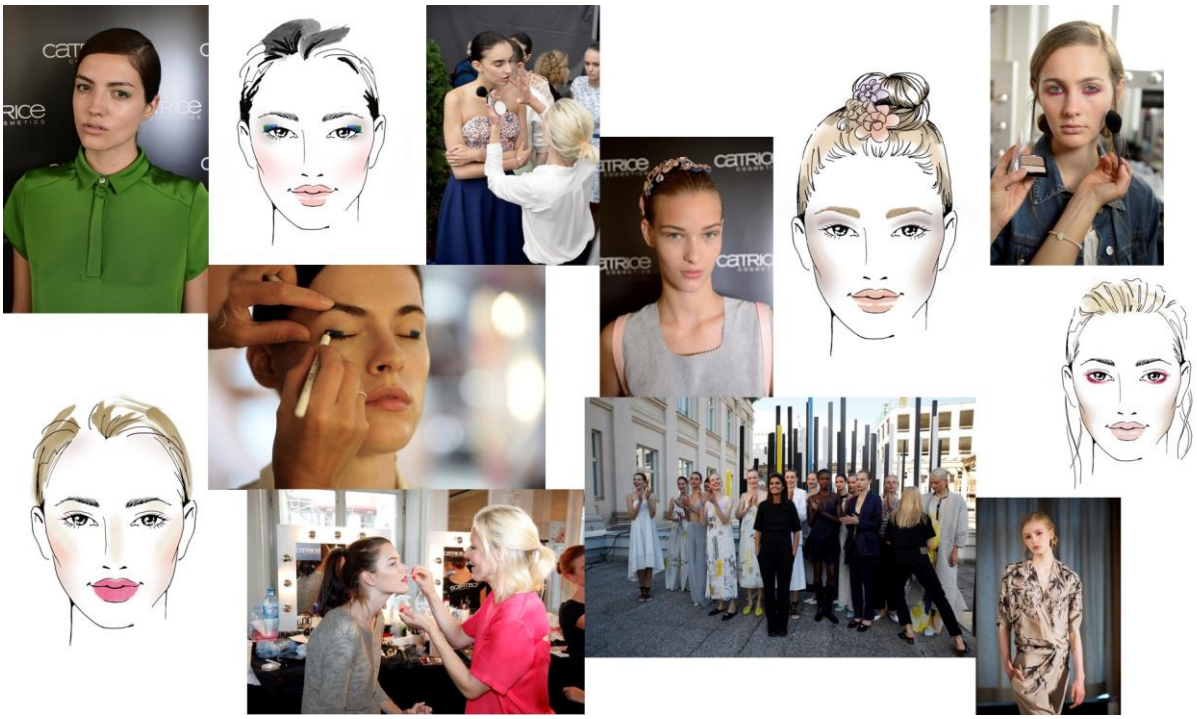
Nach erfolgreichen Kooperationen mit Lala Berlin, Kaviar Gauche, Dawid Tomaszewski sowie CAPARA in den vergangenen Jahren und der diesjährigen Premiere im Berliner Mode Salon endet somit bereits die fünfte Berliner Modewoche für CATRICE. Das Resümee fällt durchweg positiv aus: Sowohl CATRICE als auch die Designer freuen sich über die kreative Zusammenarbeit sowie die innovativen, neuen Impulse.

Für Lala Berlin kreierte CATRICE in Kooperation mit Loni Baur bereits zum fünften Mal den passenden Beauty-Look zur Kollektion und beide Seiten ergänzen sich ideal. *„CATRICE und Lala Berlin passen so gut zusammen, weil man einen Partner gefunden hat, der einen versteht – sowohl von der Herangehensweise an Make-up, das man zusammen kreiert, als auch von den Farben, die einem zur Verfügung gestellt werden“*, so Lala Berlin Designerin Leyla Piedayesh.

Auch Dawid Tomaszewski, der bereits zum zweiten Mal mit CATRICE arbeitet, spricht von einer besonderen Verbindung: *„CATRICE hat das Besondere. Es ist eine jung orientierte Marke, die etwas Frisches in sich trägt. Ich mag es, wenn etwas Neues entsteht, wenn Veränderungen in meinem Kopf stattfinden und wenn sich zwei Seiten zu einem Thema Gedanken machen. Dann entsteht ein ganz neuer Look – und ich glaube, genau das ist das Spannendste.“*

Dagmar Riedel-Keil, Direktorin von CATRICE freut sich über die positiven Resonanzen und glaubt an das Konzept des Berliner Mode Salons: *„Unser Ziel ist es, Mode und Beauty miteinander zu verknüpfen und die Konsumenten von der Kreativität – Made in Germany – zu überzeugen. Die Initiative Berliner Mode Salon hat auf individuelle und sehr anspruchsvolle Art bewiesen, dass wir die Berliner Modewoche national wie international vorantreiben können.“*

Über CATRICE
CATRICE ist inspiriert von den Fashiontrends der Metropolen. CATRICE entgeht kein Trend, kein Must-Have und kein Detail. Das Sortiment überzeugt: die große Farbauswahl mit Trend- sowie klassischen Nuancen für vielfältige Looks. Die Produkte mit hochwertigen Inhaltsstoffe, luxuriösen Texturen und innovativen Formulierungen. Die Verpackungen in Premium-Qualität. Das optimale Preisleistungsverhältnis für pures Shoppingvergnügen. Zweimal im Jahr werden etwa 25% des CATRICE-Sortiments ausgetauscht, so dass es immer wieder Neues zu entdecken gibt. Darüber hinaus entwickelt die hausinterne Trenddivision bis zu 14 limitierte Make-up-Kollektionen pro Jahr: Die aktuellen Looks der Runway-Shows sind Inspiration für die Make-up-Kollektionen und werden mit den Beautyprodukten von CATRICE neu interpretiert. CATRICE – das ist pure Lebensfreude: inspirierend, mitreißend und facettenreich.



Köln, Juli 2015

Pressekontakt
PR Hermanns – Agentur für Kommunikation
Ansprechpartner: Laura Schmitz, Simone Schiek
Am Wassermann 29 D – 50829 Köln
Fon: 0049 - 221 – 424 86 68 Fax: 0049 - 221 – 424 86 67
Email: l.schmitz@prhermanns.de, s.schiek@prhermanns.de
Web: www.prhermanns.de