PRESSEINFORMATION

Mönchengladbach, 26. Juni 2012

ALBERTO GmbH & CO. KG

Passendes Konzept von ALBERTO

Die smarten Fit-Checker von ALBERTO machen den Einkauf easy

**Die Passform ist das wichtigste Kriterium beim Hosenkauf. Ein passendes Konzept von ALBERTO macht es Händlern und Endkunden leicht, unkompliziert die perfekte Passform zu finden, ohne langes Herumprobieren. Das bereits existierende, erfolgreiche Passformkonzept des Hosenspezialisten wird künftig durch Fit-Checker komplettiert. Vom zweiten Halbjahr 2012 an beraten die Passformexperten direkt am POS. Mit Hilfe eines innovativen Schablonensystems werden die unterschiedlichen Passformen zusätzlich präsentiert. Für schnellen Durchblick am POS und im Internet.**

ALBERTO steht für gut sitzende Hosen. Das entsprechende Passformkonzept des Hosenspezialisten mit den Passformen Modern Fit, Comfort Fit, Slim Fit, Regular Slim Fit ermöglicht zudem eine schnelle Orientierung. Künftig soll es noch einfacher werden, den perfekten Fit zu finden: Von ALBERTO geschulte und gut ausgebildete Fit-Checker assistieren Kunden am POS bei der Auswahl. Für optimalen Look und ein Shoppingerlebnis mit Happy End.

Mit dem Fit-Checker kommen ein passendes Konzept und geballte Beratungskompetenz an den POS. Und zwar zweigleisig: ALBERTO stellt versierte Fit-Checker zur Verfügung, um Endkunden gezielt zu helfen, den richtigen Fit zu ermitteln. Sachkundige Custom Manager von ALBERTO unterstützen und schulen außerdem das Verkaufspersonal, deren Beratungskompetenz in Punkto Passform mittels eines Buttons herausgestellt wird. Sind die Pants von einem Fit-Checker oder entsprechendem Verkaufspersonal erst einmal auf perfekten Sitz gecheckt, erhält der Kunde gratis eine ALBERTO-Boxer-Shorts – damit gewissermaßen auch die Pants "darunter" passen. Die Fit-Checker-Aktion ist auf eineinhalb Jahre angelegt.

Ob lässig, bequem, eng anliegend, up to date – gleich, welcher Style: Männer werden bei ALBERTO auf jeden Fall fündig. Dank des Fit-Checkers stimmt die Passform, die Hose sitzt perfekt. Für den Handel bedeutet das starke Argumente für steigenden Absatz. Denn die Passform ist das wichtigste Verkaufskriterium. Das ermittelte unlängst eine Studie der Fachzeitschrift TextilWirtschaft. Der richtige Sitz ist Männern beim Hosenkauf wichtiger als alle anderen Entscheidungsfaktoren – und landet vor Qualität, Preis und Marke.

Die Fit-Checker-Aktion wird in einem frischen Design kommuniziert. Ein fiktives Role Model weckt als lebensgroßer Aufsteller die Aufmerksamkeit der Kunden. Die dynamische Aufmachung verleiht dem Fit-Checker einen zeitgemäßen Schliff. Die Idee dahinter: Mit dem Fit-Checker ist die unzeitgemäße Hosenberatung nach alter Vorlage endlich Vergangenheit. Das nach vorne gedachte, moderne Konzept besticht durch eine einfache wie geniale Visualisierung: Schablonen machen die verschiedenen Passformen sinnlich erfahrbar und an den Magnetrückwänden werden die unterschiedlichen Hosenmodelle aufmerksamkeitsstark präsentiert. Diese innovativen Wände wurden von ALBERTO entwickelt und sorgen bereits auf vielen Flächen für ein sehr erfolgreiches Branding. Last but not least können die vier Passformen schon vor dem Weg in die City im Internet gecheckt werden: Auf [www.fit-checker.de](http://www.fit-checker.de) werden die Fits erklärt, der User kann per drag and drop die Passformen übereinanderziehen. Bequemer kann man Styles und Silhouette nicht vergleichen. Die Website wird mit einer Händlersuche verlinkt – damit Männer gleich den Weg zur perfekten Hose finden.

ALBERTO ist der Hosenspezialist für Männer. Zunächst gründete Dr. Albert Dormann 1922 in Mönchengladbach die Dormanns Hosenfabrik. Aus dieser ging 1968 die Albert Dormanns Nachf. GmbH & Co. hervor. 2003 erfolgte die Umfirmierung in die heutige Alberto GmbH & Co. KG. Geschäftsführer sind Georg Walendy (Inhaber), Marco Lanowy (teilhabender Geschäftsführer) und Jürgen Schmiedel (kaufmännischer Geschäftsführer). Zum Hauptlabel ALBERTO Pants We Love ([www.alberto-pants.com](http://www.alberto-pants.com)) kam 2004 Alberto Golf ([www.alberto-golf.com](http://www.alberto-golf.com)) hinzu, sowie 2009 das Jeans-Label ADenim ([www.a-denim.com](http://www.a-denim.com)). Alle drei Marken vereinen handwerkliche Perfektion mit technologischer Perfektion und einem ausgeprägten Gespür für Trends. Die Alberto GmbH beschäftigt rund 90 Mitarbeiter im Firmensitz in Mönchengladbach. Pro Jahr werden 1,4 Millionen Kollektionsteile gefertigt. Der Umsatz lag im Geschäftsjahr 2010/2011 bei 32 Millionen Euro, was einem Plus von 17 Prozent entspricht. National und international ist Alberto auf über 600 Shop-Flächen und in rund 2500 Einzelhandelsgeschäften präsent. Der Exportanteil liegt bei etwa 52 Prozent. Die Marken werden weltweit in 42 Ländern verkauft. Hauptmärkte sind neben Deutschland auch Skandinavien, Russland, die Schweiz, Österreich, die Benelux, Kanada und die USA.

**Das komplette Text- und Bildmaterial finden Sie auch zum downloaden unter:** <http://pressearchiv.alberto-pants.com>

**Für weitere Informationen:**

HOPFER Public Relations ALBERTO GmbH & Co. KG

Mona Hopfer, Inhaberin Marco Lanowy, Geschäftsführer

Panoramaweg 6, 78727 Oberndorf a. N. Rheydter Straße 19-31, 41065 Mönchengladbach

Fon: 0 74 23/8 75 87 52, Fax: 0 74 23/8 71 71 Fon: 0 21 61/81 92 53, Fax: 0 21 61/8 19 29 53

E-Mail: mona.hopfer@hopfer-pr.de E-Mail: lanowy@alberto-pants.com

www.hopfer-pr.de www.alberto-pants.com