

# ÜBER DAS UNTERNEHMEN

## Ein Einblick in die humour.noir Germany GmbH und die Marke humour.noir®

**»Mit humour.noir® betritt erstmals ein veganes Luxus-Label den Markt der Fashion-Accessoires«**

**»Faire Produktionsbedingungen gehören zur Maßgabe der selbst gesetzten Ethik in der Wertschöpfungskette«**

**»... die freiheitsliebende, aufgeschlossene und weltoffene modische Vision Jennifer Steinkes«**

### **Was ist humour.noir®?**

Exklusive Fashion-Accessoires – innovativ, nachhaltig und vegan. Das ist humour.noir®. Wir verbinden den Sinn für Ästhetik und Kunst mit Nonchalance und Natürlichkeit, innovativem Denken und Erlesenheit. Sorgfältig ausgewählte vegane und nachhaltige Rohstoffe in höchster Qualität sind unser Anspruch. humour.noir® steht für präzise Handarbeit – alle Handtaschen werden in einem traditionellen italienischen Atelier gefertigt. Ein bewusster und zugleich selbstbewusster Lebensstil ist die Philosophie. humour.noir® ist eine vegane wie extravaganter Modemarke. Sie ist extravégant.

### **Selbstverständnis der Marke**

In der heutigen Welt hinterfragen Kunden Marken immer mehr. Nicht nur hinsichtlich Design und Verarbeitung. Immer wichtiger werden – und das zu Recht – Arbeitsbedingungen, Produktionsländer, Rohstoffe und Firmenphilosophien. Darüber hinaus hält seit einiger Zeit ein veganer und nachhaltiger Lifestyle Einzug in die Modewelt. Und genau hier findet humour.noir® statt. Die Marke zeigt, dass sich ein exklusiver und nachhaltiger sowie veganer Lebensstil nicht ausschließen – sondern vielmehr harmonisch ergänzen können.

Der Claim „be unique. be extravégant.“ bringt es auf den Punkt: Höchste Materialqualität und -veredelung treffen auf bestmögliche Verarbeitung. Vegane, natürliche und neuartige Rohstoffe hinterlassen einen positiven Footprint und schonen die Ressourcen. Innovative, junge Designs schaffen eine Einzigartigkeit, die die exklusive Atelier-Produktion in Italien noch unterstreicht. Faire Produktionsbedingungen sind dabei für die junge Marke nicht nur

selbstverständlich, sondern gehören zur Maßgabe der selbst gesetzten Ethik in der Wertschöpfungskette.

## **Markt & Wettbewerb**

Mit seiner Positionierung als exklusives, veganes und nachhaltiges Brand hat humour.noir® ein Alleinstellungsmerkmal in der Welt der Fashion-Accessoires.

Im klassischen Fashion-Bereich, wo der Lifestyle-Trend des veganen Lebens mittlerweile Berücksichtigung findet, hat sich ein umfassendes Ecosystem an Anbietern entwickelt. Etablierte Bekleidungsmarken haben ihr Produktportfolio um Fair Fashion – also nachhaltig hergestellte Kollektionen – erweitert. Neue Marken sind entstanden, die sich mit ihrer Entwicklung und ihren Produkten vollumfänglich auf dieses Marktsegment konzentrieren. Die Abstrahlung dieses Trends der klassischen Mode auf den direkt angrenzenden Bereich der Fashion-Accessoires war lediglich eine Frage der Zeit. Erste Anbieter haben sich im unteren und mittleren Preissegment angesiedelt.

Mit humour.noir® betritt nun erstmals ein veganes Luxus-Label den Markt der Fashion-Accessoires. Direkte Wettbewerber in diesem Segment haben sich bislang nicht hervorgetan.

Der Markt für Taschen und Accessoires in Deutschland ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Im Jahr 2018 wird der Gesamtumsatz in diesem Segment bei über 1,7 Milliarden Euro liegen. (1,436 Milliarden Euro in 2016 und 1,575 Milliarden Euro in 2017.) Und auch für die kommenden Jahre wird eine jährliche Steigerungsrate von etwa neun Prozent vorausgesagt.

Weiteres Umsatzpotential verspricht der weltweite Markt für Taschen und Accessoires. Die USA sind nach China der größte Umsatzbringer. 2017 wurden hier rund 10,7 Milliarden Euro Umsatz erzielt. Großbritannien kommt des Weiteren auf 3,2 Milliarden Euro Umsatz und liegt damit in Europa an der Spitze (alle Angaben: statista.de).

Gleichzeitig gewinnt das Thema Nachhaltigkeit immer mehr an Bedeutung. Knapp die Hälfte aller Deutschen (47 Prozent) wünscht sich mehr nachhaltig und sozialverträglich produzierte Waren im Bereich der Textil- und Modeindustrie (Quelle: Zukunftsinstitut). Wo und unter welchen Bedingungen Produkte hergestellt werden, ist für 82 Prozent der Deutschen wichtig (Transparenz-Studie Klenk & Hoursch). Eine hohe Qualität der Produkte, eine nachhaltige Verarbeitung und Produktion sowie ein guter Service vor, während und nach dem Kauf stehen für die meisten Deutschen weit vor der Frage nach der Marke oder dem günstigsten Preis (Quelle: Zukunftsinstitut).

## Die verwendeten Materialien

Alle Taschen von humour.noir® basieren auf rein natürlichen, sorgfältig ausgesuchten, veganen Rohstoffen. Auf tierische Bestandteile wird ganz bewusst verzichtet. Stattdessen kommen innovative Materialien zum Einsatz, die aus den besten, derzeit zur Verfügung stehenden Rohstoffen gefertigt werden. Diese sind zum Beispiel Piñatex®, Kork, Cartina® oder Canvas ...

Piñatex® ist ein Naturtextil aus Ananasblatffasern, das in seiner Herstellung extrem aufwendig und daher nur in limitierten Kontingenten verfügbar ist. Als Nebenprodukt der Ananasernte bringt es den Ananasbauern einen zusätzlichen Ertrag. Piñatex® ist ein leichtes, flexibles und langlebiges Material, was sich warm und besonders strukturvoll anfühlt.

Cartina® ist der weltweit erste Stoff aus Recyclingpapier, der Einzug in die Mode erhält. Es ist besonders strapazierfähig, langlebig, wasserdicht aber dennoch sehr fein und sanft. Cartina® schont bei der Gewinnung sowie Produktion die natürlichen Ressourcen und ist zu 100 Prozent tierfrei.

Kork wird aus der äußeren Rinde der Korkeiche gewonnen und ist robust und strapazierfähig. Aus diesem Grund wird es auch oft als „veganes Leder“ bezeichnet. Wichtiger nachhaltiger Aspekt: Korkeichen werden nicht gefällt, da die Rinde immer nachwächst. Und: Regelmäßig geschälte Korkeichen helfen dreimal so viel beim CO<sub>2</sub>-Abbau wie eine ungenutzte!

Canvas besteht im Wesentlichen aus Baumwolle und ist natürlich ebenfalls tierfrei. humour.noir® hat sich für einen dicht gewebten Baumwoll-Viskose-Canvas entschieden, der neben einem attraktiven Rautendekor die Initialen der Marke trägt: die miteinander verbundenen Buchstaben H und N.

## Produktportfolio von humour.noir®

Die erste Kollektion trägt den freiheitsliebenden Namen „Diversity“. Sie bringt stilvolle wie zeitlose Klassiker der 50er- und 60-er Jahre mit jungen Designs in Einklang. Einflüsse und Details aus der ganzen Welt schaffen eine ausgeglichene Balance zwischen Tragbarkeit und modischer Vision.

Die erste Kollektion von humour.noir® startet mit 16 Taschenmodellen in insgesamt 42 Varianten, die sich in Farbe, Material und Ausstattung unterscheiden. Die Kollektion umfasst dabei folgende Taschentypen: Barrel, Bucket Bag, Clutch, Doctor's Bag, Pouch, Purse, Satchel und Shopper. Die Preisspanne der Handtaschen liegt zwischen 690 Euro und 5.500 Euro.

Innerhalb der ersten Kollektion „Diversity“ gibt es drei Linien:

- Die Taschen im Einstiegssegment tragen alle ein humour.noir®-exklusives Rautendekor und bestehen aus Canvas mit Einsätzen und Henkeln in Braun, Schwarz oder Dunkelgrün.
- Im Kernsegment werden Kork oder Cartina® verwendet, die von einfarbigen Varianten bis hin zu Patchwork reichen.
- Die Spitzenmodelle sind allesamt Patchwork-Taschen, denen der extrem seltene Rohstoff Piñatex® vorbehalten ist, der im fertigen Produkt gemeinsam mit anderen für humour.noir® typischen Materialien zum Einsatz kommt.

humour.noir® legt Wert auf eine hochwertige Ausstattung der Taschen. So ist beispielsweise das Lining (Futter) bei sämtlichen Modellen gleich und eine Sonderanfertigung exklusiv für humour.noir®. Der Farbton, ein angegrautes Mint, wurde ebenfalls exklusiv für humour.noir® auf „Jade d’Evie“ getauft und findet sich nicht nur im Lining wieder, sondern ist auch farbgebend für die Showbox. Die 24ct vergoldeten Schließen der Taschen zeigen das Logo – die miteinander verbundenen Buchstaben H und N. Absolut einmalig ist der Henkel der zwei hochexklusiven Spitzenmodelle: Er wird aus echtem Muranoglas von einer kleinen Glasbläserei auf der berühmten Inselgruppe vor Venedig in Handarbeit gefertigt. Der im Henkel sichtbare Verlauf, den es so kein zweites Mal auf der Welt gibt, macht jede der prächtig ausgestatteten Taschen zum Unikat.

### **Zielgruppe von humour.noir®**

Die Zielgruppe von humour.noir® legt Wert auf ein bewusstes Konsumverhalten. Es sind „Conscious Consumer“, die einen hohen Anspruch an Nachhaltigkeit, Design, Exklusivität, Einzigartigkeit und Verarbeitung der Produkte haben. Die Zielgruppe hinterfragt gegebene Strukturen, liefert Impulse für Innovationen und zählt Nachhaltigkeit zu ihren obersten Prioritäten – genauso wie es humour.noir® auch für sich beansprucht. Darüber hinaus steht für Sie, genau wie für humour.noir®, die Wertorientierung im Vordergrund. Genau das spiegelt sich in den Taschen wider: Exklusivität, höchste Materialqualität und -veredelung, bestmögliche Verarbeitung und die Verwendung hochwertiger, einzigartiger Komponenten.

### **Vertrieb und Service**

Die Taschen sind ausschließlich online auf der Webseite von humour.noir® unter [www.humournoir.com](http://www.humournoir.com) erhältlich. Als Bezahlmethoden sind Kreditkarte, PayPal, Sofort und Giropay möglich.

## Vermarktung

humour.noir® setzt, schon kurz nach der Markteinführung, auf Expansion. Nach dem Start im Frühjahr 2018 im Heimatmarkt Deutschland werden ab der zweiten Jahreshälfte weitere europäische Länder sowie die USA erschlossen. Außerdem sieht die Planung vor, den reinen Online-Vertrieb auch um Showrooms in ausgesuchten Metropolen zu ergänzen, um die Marke auch vor Ort erlebbar zu machen. Geplant ist zudem die Zusammenarbeit mit Bloggern und Influencern. Ebenso setzt die Marke zielgerichtet auf Above-the-Line-Aktivitäten wie zum Beispiel klassische Printwerbung in relevanten Titeln.

Das Thema Einzigartigkeit wird bei humour.noir® künftig noch eine größere Rolle spielen – das nächste Ziel: Die Taschen für Kundinnen individualisierbar zu machen.

## Alleinstellungsmerkmale humour.noir®

- Extravégante Fashion-Accessoires, die den Puls der Zeit treffen
- Verbindung von exklusivem und nachhaltigem Lebensstil
- Vegane, natürliche und neuartige Rohstoffe im einzigartigen Materialmix
- Positiver Footprint durch Schonung der Ressourcen
- Höchste Materialqualität und -veredelung
- Faire Produktionsbedingungen in Europa
- Einzigartigkeit durch exklusive und traditionelle Atelier-Produktion
- Innovatives, junges Design
- Erstklassiger Kundenservice

## Über die humour.noir Germany GmbH – Zusammenfassung

Die humour.noir Germany GmbH mit Sitz in Berlin ist das Unternehmen hinter der exklusiven, nachhaltigen Fashion-Accessoire-Marke humour.noir®. Das Label startete im Frühjahr 2018 am Markt und steht für einzigartige, vegane sowie luxuriöse Kreationen im Bereich Fashion-Accessoires aus natürlichen Rohstoffen. Die aktuelle Kollektion von humour.noir® besteht ausschließlich aus Handtaschen. Das Gesicht hinter der Marke ist die Unternehmerin Jennifer Steinke. Sie ist nicht nur Gründerin, sondern hat das Design der Taschenmodelle maßgeblich beeinflusst. Der Claim „be unique. be extravégant.“ charakterisiert die Marke humour.noir® und deren Produkte: humour.noir® vereint Einzigartigkeit, Exklusivität, Nachhaltigkeit, vegane Lebensweise, Weltoffenheit und Kundennähe. Die Produkte der Marke sind ausschließlich online unter [www.humournoir.com](http://www.humournoir.com) erhältlich.

## Weitere Informationen zu humour.noir® finden Sie hier:

humour.noir® im Netz: <http://humournoir.com>

humour.noir® auf Instagram: [www.instagram.com/humournoirfashion/](http://www.instagram.com/humournoirfashion/)

humour.noir® auf Facebook: [www.facebook.com/HumourNoirFashion/](http://www.facebook.com/HumourNoirFashion/)

## Pressekontakt

HDS Textilhandelsgesellschaft mbH  
Jenny Steinke  
Willy-Brandt-Platz 19  
38102 Braunschweig

Tel. +49 531 288 75 170

Mob. +49 176 801 43 791

[pr@humournoir.com](mailto:pr@humournoir.com)

[jenny@humournoir.com](mailto:jenny@humournoir.com)