



Zehn Jahre am Zahn der Zeit: WGSN feiert ein Jahrzehnt an kreativer Intelligenz

London, 10. Oktober, 2008. WGSN, der weltweite Marktführer für Stil-Trendanalysen, feiert heute sein zehnjähriges Jubiläum. Um zehn Jahre als die entscheidende Quelle für kreative Intelligenz zu markieren, hat WGSN eine besondere Website kreiert, die seine außergewöhnliche Arbeit über das vergangene Jahrzehnt zeigt. Die Seite können sie unter www.wgsn.com/10 finden.

Die Jubiläums-Website ist eine Miniatur-Version des gesamten Service von WGSN, die jedem zur Verfügung steht, mit speziell kreierten Analysen wie z.B. die 10 einflussreichsten Einzelhändler, 10 Modestudenten, die wir zuerst entdeckt haben, 10 Trends, die es nicht geschafft haben, und 10 Visionäre in der Geschäftswelt.

WGSN hat den weltweit ersten Online Trend-Forecasting Service in 1998 ins Leben gerufen und ein Team von 200 Experten zusammen gestellt, die Informationen, Analysen und Inspiration für die Bekleidungs-, Design- und Einzelhandelsindustrien liefern. Es bietet eine einzigartige Breite und Tiefe an Berichten von Industrieexperten, die jahrelange Erfahrung in ihren Gebieten wie Jugendmarkt, Catwalk, Sportswear und Inneneinrichtung haben. Die 'Think Tank'-Reportagen liefern einzigartige Analysen der Industrie aus Geschäfts- und Wirtschaftsperspektiven.

Mit 36.000 Benutzern in 71 Ländern verlassen sich die meisten der weltweit führenden Unternehmen in den Sektoren Design, Einzelhandel und Technologie, zudem Innovatoren in Kunst und Design sowie Hersteller auf den Service von WGSN als ihre entscheidende Quelle für Recherche, Information und Inspiration.

Der Vorstandsvorsitzende Neil Bradford sagt: „Die Jubiläums-Website zeigt die unglaubliche Breite von Trends, die WGSN in seiner Geschichte analysiert und vorausgesagt hat. In den ersten zehn Jahren hat sich WGSN von einem klugen Start-Up Unternehmen zu dem weltweiten Marktführer entwickelt, der mittels www.wgsn.com den gesamten Bereich des Trend-Forecastings verändert hat. Wir planen für das nächste Jahrzehnt noch größere Innovationen, um unseren Kunden zu helfen, wichtige Trends voll zu nutzen und damit das Leben ihrer Kunden zu beeinflussen – das nennen wir kreative Intelligenz.’

Ende

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Greenfields Communications

Lucy Green, PR Consultant (Englisch)

Tel : +44 (0)7817 698366 lgreen@greenfieldscommunications.com

Nina May, PR-Beraterin (Englisch, Deutsch)

Tel: +44 (0)7971 430242 nmay@greenfieldscommunications.com

WGSN

Charmian Colak-Antic, Global Communications Manager

Tel +44 (0) 20 7728 5731 Charmian.colak-antic@wgsn.com

Über WGSN – den globalen Marktführer für Trendanalysen

WGSN (Worth Global Style Network) ist ein online Abonnement-Service, der Informationen, Analysen und Inspirationen für die Bekleidungs-, Design- und Einzelhandelsindustrien liefert. WGSN's vorausschauende Trendanalysen, Echt-Zeit Informationen, die stündlich aktualisiert werden, sowie ein Archiv, das zehn Jahre an Berichten und Bildern beinhaltet, bieten Industrien weltweit Informationen und Inspirationen. Unser globales Team von 200 Experten entwerfen, analysieren, fotografieren und schreiben über Style, Einkauf, Distribution, Kundenerkenntnisse und das Modegeschäft. www.wgsn.com

Zu den Kunden gehören Adidas, BBC, Burberry, Bulgari, Coca Cola, Diesel, Dolce & Gabbana, Galeries Lafayette, Gap, General Motors, Ford, Harrods, H&M, L'Oreal, Leo Burnett, LG Electronics, Marks & Spencer, Puma, Sainsbury's, Samsung, Sony Ericsson, Wal Mart, Zara.