

## Back to the roots:

### Think Pink Special Heritage Edition packt Gegensätze an den Wurzeln

Montebelluna / München, 15. März 2011 – Nach dem Ursprung von Think Pink muss man nicht lange suchen: Er liegt im Klettersport. Inspiriert von der kalifornischen Kletterszene im Yosemite Valley, war die Marke mit dem pinkfarbenen Punkt lange im Kleiderschrank eines jeden Climbers, der etwas auf sich hielt, zu finden. Eben diese Wurzeln entdeckt Think Pink nun wieder neu für sich – mit einer Kollektion, die modisch und funktionell zugleich ist und so aus vermeintlichen Gegensätzen eine Einheit schafft.

#### Pressekontakt:

Friederike Götze/  
Verena Krebs  
Trademark PR GmbH  
Goethestr. 66  
80336 München  
Tel. 089/444467415  
Fax. 089/444467479  
[thinkpink@trademarkpr.com](mailto:thinkpink@trademarkpr.com)

#### Konzentration auf Funktion und Style

Ganz gleich ob Softshell, Alcantara, Strickfleece oder Funktionsshirts. Die neue Think-Pink-Kollektion vereint den für das italienische Kult-Label so typischen Retrostil und knallige Farben mit hochwertigen Materialien und Funktionen. So werden aus den Jacken mit und ohne Kapuze, Westen und Shirts die perfekten Begleiter für aktive Individualisten. Winddicht, atmungsaktiv und mit einer hohen Wassersäule von 5000mm halten die Jacken einem kräftigen Regenschauer mit Leichtigkeit Stand und sind bestens für



einen stürmischen Strandspaziergang, eine Nacht am Lagerfeuer oder einen Ausflug ins Grüne geeignet. Hochwertige Materialien und erstklassige Verarbeitung in Kombination mit bunten Farben und liebevollen Details machen die Jacken zum absoluten Hingucker nach dem Sport genau wie in der Freizeit. Und natürlich darf man auch ins Schwitzen kommen: Das schnelltrocknende und atmungsaktive Funktionsshirt sorgt für Wohlempfinden und besonderen Tragekomfort.

So ist Think Pink beides zugleich: Trendsetter und Heimkehrer zu den Wurzeln und vereint so vermeintliche Gegensätze zu einem zukünftigen Trend. Think Pink sollte deshalb in keinem Sortiment fehlen, das mehr zu bieten hat als das Alltägliche.



#### Zusammenarbeit mit dem Fachhandel stärken

Mit dieser Kollektion rückt Think Pink wieder ein großes Stück näher an den Sportfachhandel und geht einen wichtigen Schritt, um den Weg für eine erfolgreiche gemeinsame Zukunft zu ebnen. „Die Marke Think Pink kennt man vor allem aus dem Klettersport, wo sie schon immer für ihren gewissen Hang zum Ausgefallenen und ihre große Detailverliebtheit bekannt war. Hochfunktionell war Think Pink dagegen nie und erhebt auch gar nicht diesen Anspruch“, beschreibt Thomas

*californian free thinking*

**THINK  
PINK**

*Great way of living  
Think Pink was born in  
Yosemite National Park  
to relax your mind and  
understand nature.*

Regenbogen, Vertriebsleiter für Think Pink bei der LOWA Sportschuhe GmbH, die Positionierung des Labels. „Vielmehr betont die Marke den modischen Aspekt von Outdoorfunktionsbekleidung und präsentiert sich als Vorreiter in Sachen Mode und Style. Der Fachhandel profitiert mit Think Pink von einer neuen, spannenden Linie für Outdoorkunden, die nach einem erlebnisreichen Tag im Freien großen Wert auf lässiges Design legen. Schließlich braucht nicht jeder Kunde expeditionstaugliche Outdoorbekleidung.“



Think Pink ist die Marke für aktive Farbenfreunde, modebewusste Outdoorliebhaber und sportbegeisterte Individualisten. Für Menschen, die sich mit und in ihrer Kleidung wohl fühlen wollen. Die neue Kollektion vereint modische Styles mit Funktion – ohne dabei gleich den Anspruch zu haben, expeditionstauglich zu sein. Eine Kombination, die einen unvergesslichen Outdoortag erst vollständig macht!

### **Think Pink**

Freiheit, Individualität und Sportlichkeit – das war das Credo der kalifornischen Kletterszene im Klettermekka Yosemite Valley. Und das ist auch das Credo der italienische Sportswear-Marke Think Pink. Der Gründer Gianni Baillo ließ sich von der Atmosphäre der Kletterfans inspirieren und gründete 1979 die Marke mit dem pinkfarbenen Punkt. Schnell wurde sie weltweit an den Outdoor-Spots zur Kultmarke. Outdoor und Leisure Wear für das Relaxen nach dem Sport oder für urbane Abenteuer – das zeichnet die Kollektion von Think Pink aus. Fashion, Qualität und Lifestyle werden großgeschrieben und die Kleidung interpretiert die 80er Jahre neu.

Der italienische Hersteller G.B. International S.p.A. etablierte Think Pink 1985 als internationale Marke. 1989 kaufte die Tecnica Gruppe Think Pink, einer der führenden Hersteller internationaler Sportswear, zu der auch bekannte Marken wie LOWA und Nordica gehören. Hauptsitz von Think Pink ist heute in Covolo di Pederobba bei Montebelluna (Treviso), Italien Weitere Informationen zur Marke Think Pink und Vertrieb finden Sie unter: [www.ThinkPink.it](http://www.ThinkPink.it) und [thinkpink@lowa.de](mailto:thinkpink@lowa.de)