



Mode- og livsstilsbrand med stærke værdier fejrer 30 års jubilæum

I efteråret 2013 kan REDGREEN fejre sit 30 års jubilæum. Det danske, familieejede brand har udviklet sig gennem årene, men aldrig tabt sine kerneværdier af syne. De har holdt fast i den maritime indflydelse og forbundet den til en moderne livsstil. En af grundene til, at REDGREEN har kunnet være tro mod sine rødder og fastholde den autenticitet, så mange ønsker sig, er, at det er en familieejet virksomhed:

Fortsætter på næste side...



"Fordi vi er en familie bag brandet, er alle vigtige beslutninger blevet taget med både hjerne og hjerte. Når virksomheden trives, trives vi. Vi har klaret store forhindringer og nydt store succeser med REDGREEN. Nøglen til fremtiden er, at vi forbliver tro mod os selv. REDGREEN er tæt knyttet til havet og havneområderne rundt om i verden, der hvor gods skifter hænder og forretning trives. Forbindelsen mellem havet, havnene og vores design er essentiel, og vi er loyale over for den forbindelse i alt, hvad vi gør," siger ejer og CEO Søren Hanssen.

I centrum for REDGREEN står ikonet, det internationale symbol for sejlerbegreberne styrbord og bagbord. Begreberne, og dermed ikonet, har dybe rødder helt tilbage til vikingernes sejlads. Fra gammel tid har havn og styrbord nemlig været solide holdepunkter, når søen var hård - og de er det den dag i dag. Ikonet er internationalt kendt og betydningsfuldt for sømænd over hele verden, og det symboliserer følelsen af at høre hjemme på et skib, selvom havet omkring dig er dybt. REDGREEN er det eneste brand i verden med et internationalt brugt maritimt ikon - og et ikon for sømænd over hele verden.

For at kunne forblive aktuelle i en modeverden, der konstant skifter, har REDGREEN altid prioriteret kvalitet højt. Tøj, der klarer tidens tand, og samtidig har et tidløst design, som transcenderer trends, er en del af opskriften.

"Vi bygger de næste 30 år på at forblive tro mod, hvem vi er, og loyale over for vores kerneværdier," siger Søren Hanssen og fortsætter: "I vores nære fremtid ligger der en stor opgave i at udvide brandet, så vi fortsat kan imødekomme krav til design og kvalitet, men også stadig give kunderne en god oplevelse med os, vores design og vores værdier. Vi tror på, at vi har valgt den bedste vej, når vi er tro mod os selv og loyale overfor vores værdier og kunder."



REDGREEN er herretøj og dametøj foruden en homewear kollektion og en eyewear-kollektion. REDGREEN udsender fire årlige kollektioner fordelt på seks leveringer.