

Nobilis Group wird exklusiver Partner für Gisada in der DACH-Region

Nobilis Group wird ab dem 1. September exklusiver Vertriebspartner für Gisada in der DACH-Region und erweitert ihr Duftportfolio.

Am 27. August 2024 gab die Nobilis Group bekannt, dass sie als exklusiver Vertriebspartner für die Luxury Collection der renommierten Marke Gisada in der DACH-Region agieren wird. Diese spannende Kooperation startet am 1. September und markiert einen bedeutenden Schritt im Expansionsplan der Nobilis Group.

Die Nobilis Group hat sich in der Duftbranche einen Namen gemacht und möchte ihr Portfolio weiter diversifizieren. Mit der Übernahme des Vertriebs für Gisada wird das Unternehmen nicht nur seine Produktpalette erweitern, sondern auch seine Präsenz auf dem europäischen Markt stärken. Die Luxury Collection von Gisada, die mit traditioneller Handwerkskunst und luxuriösen Inhaltsstoffen aufwartet, verspricht, das bestehende Sortiment der Nobilis Group zu bereichern.

Hintergrund zur Marke Gisada

Gisada wurde 2013 von Arben Ademi in Zürich gegründet und hat seither beeindruckende Erfolge erzielt. Die Marke ist in 58 Ländern weltweit aktiv und hat sich in der Branche einen guten Ruf erarbeitet, der sowohl den Einzelhandel als auch den Reiseeinzelhandel umfasst. Zu den Partnern von Gisada zählen Fluggesellschaften wie Swiss und Emirates, was die internationale Reichweite der Marke unterstreicht.

Die Luxury Collection ist mehr als nur ein Produkt; sie ist eine Hommage an jahrhundertealte Traditionen in der Parfümherstellung. Die Düfte dieser Kollektion kombinieren elegantes Design mit einem modernen Luxusanspruch. In den Augen der Nobilis Group ist es wichtig, diese zeitlosen Kreationen in einem selektiven Distributionsnetzwerk vorzustellen, um eine anspruchsvolle Kundschaft anzusprechen.

Die Vision der Nobilis Group

Udo Heuser, CEO und Managing Partner der Nobilis Group, äußerte sich zu dieser neuen Kooperation sehr positiv. „Wir freuen uns sehr über das Vertrauen des Markeninhabers und haben uns als Ziel gesetzt, neben der bereits sehr bekannten und äußerst erfolgreichen Prestige Linie, die Gisada Luxury Collection in unserem selektiven Distributionsnetzwerk erfolgreich zu etablieren und neue Kunden zu gewinnen“, so Heuser. Diese Aussage zeigt nicht nur die Ambitionen der Nobilis Group, sondern auch deren Bereitschaft, den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden.

Im Zuge der Übernahme des Vertriebs wird die Nobilis Group in der Lage sein, neue Verkaufsstrategien und Marketingkonzepte zu entwickeln, um die Luxusprodukte von Gisada effektiv an den Mann zu bringen. Der Fokus liegt hierbei nicht nur auf bestehenden Kanälen, sondern auch auf innovativen Ansätzen, um junge und aufgeschlossene Kunden zu erreichen.

Die Partnerschaft zwischen Nobilis Group und Gisada könnte somit weitreichende Auswirkungen auf den Markt in der DACH-Region haben. Konsumenten dürfen sich auf ein erneuertes Angebot und eine exklusive Auswahl an Parfums freuen, die mit viel Sorgfalt und Liebe hergestellt werden. Diese Ankündigung setzt ein positives Signal für die Kreativität und das Wachstum in der europäischen Duftindustrie.

Ausblick auf die Zukunft der Duftbranche

In der heutigen schnelllebigen Welt sind Marken wie Gisada, die eine Verbindung zwischen Tradition und Innovation herstellen, besonders gefragt. Verbraucher schätzen zunehmend Qualität, Handwerk und eine emotionale Verbindung zu den Produkten, die sie wählen. Die Nobilis Group scheint diesen Trend erkannt zu haben und setzt alles daran, ihre neuen Produkte erfolgreich zu positionieren. Es bleibt spannend zu beobachten, wie diese Partnerschaft die Wahrnehmung von Luxusparfüms in der DACH-Region verändern wird.

Die Geschichte von Gisada

Gisada, die in Zürich gegründete Duftmarke, hat ihre Wurzeln in einer traditionsreichen Parfümkunst. Seit ihrer Gründung im Jahr 2013 durch Arben Ademi verfolgt das Unternehmen das Ziel, hochwertige Düfte zu kreieren, die sowohl modern als auch klassisch sind. Die Marke hat sich in den letzten Jahren als wichtige Akteurin im Duftmarkt etabliert und kann auf eine vielfältige Produktpalette zurückblicken. Besondere Aufmerksamkeit erhält die Luxury Collection, die nicht nur als Luxusprodukt gilt, sondern auch als Hommage an die jahrhundertelange Tradition der Parfümherstellung. Die Kombination aus zeitloser Eleganz und modernem Design spricht eine breite Zielgruppe an und hebt Gisada von anderen Marken ab.

Die Internationalisierung von Gisada begann rasch. Innerhalb weniger Jahre konnte die Marke ihre Präsenz auf 58 Länder ausdehnen, was die wachsende Beliebtheit und die hohe Nachfrage nach ihren Produkten unterstreicht. Besonders in den Bereichen Einzelhandel und Reiseeinzelhandel hat sich Gisada einen Namen gemacht, indem die Düfte in bedeutenden Geschäften und durch erstklassige Fluggesellschaften wie Swiss und Emirates angeboten werden.

Marktentwicklung und Nachfrage nach Luxusparfüms

In den letzten Jahren ist ein deutlicher Trend hin zu Luxusparfüms zu beobachten. Verbraucher suchen zunehmend nach einzigartigen und hochwertigen Duftmarken, die eine besondere Geschichte erzählen und sich von Massenprodukten abheben. Laut einem Bericht von **Statista** wird der weltweite Markt für Parfüms bis 2027 voraussichtlich ein Volumen von über 48 Milliarden USD erreichen. Dies ist ein signifikanter Anstieg im Vergleich zu den Vorjahren und zeigt die stetig wachsende Nachfrage nach hochwertigen Duftprodukten.

Dieser Trend spiegelt sich auch in der gesunden Wettbewerbslandschaft wider, wo Unternehmen wie die Nobilis Group strategische Partnerschaften eingehen, um ihr Portfolio zu erweitern und exklusive Vertriebsmöglichkeiten zu schaffen. Diese Partnerschaften sind entscheidend, um sich bei anspruchsvollen Kunden zu positionieren und Marktrelevanz zu erlangen.

Die Nobilis Group plant, die Luxury Collection von Gisada durch gezielte Marketingstrategien und ein selektives Vertriebsnetzwerk populär zu machen. Ziel ist es, eine exklusive Kundenerfahrung zu bieten und die Marke in der DACH-Region weiter zu verankern, was durch die klare Positionierung und das Wachstumspotenzial der Marke gestützt wird.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de