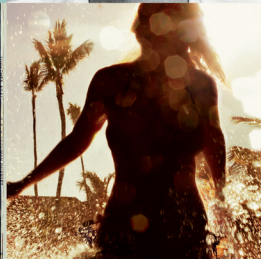
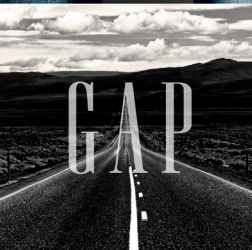
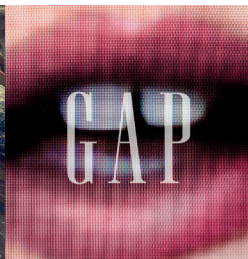
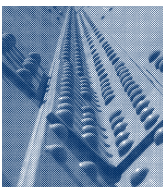


GAP

Gap Franchise

2014 Press Kit





INHALT

GAP INC. ÜBERSICHT S. 4

GAP S. 5

ENTSTEHUNG S. 6

MEILENSTEINE S. 18

SOCIAL RESPONSIBILITY S. 22

FRANCHISE INFORMATION S. 23

GAP INC. ÜBERSICHT

ÜBER GAP INC.

Gap Inc. gehört zu den weltweit führenden Einzelhändlern für Kleidung, Accessoires und Körperpflegeprodukte für Männer, Frauen, Kinder und Babies. Diese werden unter den Marken Gap, Banana Republic, Old Navy, Piperlime, Athleta und Intermix vertrieben. Im Geschäftsjahr 2013 konnte Gap Inc. einen Umsatz von 16,1 Milliarden US-Dollar verbuchen. Die Produkte der Gap Inc. können mittlerweile in über 90 Ländern erworben werden. Dafür stehen derzeit etwa 3,100 firmeneigene Stores und mehr als 350 Franchiseunternehmen zur Verfügung ebenso wie ein Onlineshop.

Weitere Informationen unter www.gapinc.com



BANANA REPUBLIC



ATHLETA

INTERMIX



Amerikanischer Optimismus ist unser Motto. Freizeitkleidung unser Stil. Klar und selbstbewusst, komfortabel und casual, klassisch und modern. So lässt sich wohl am besten der Stil beschreiben, den Gap mit seinen kultigen Designs kreiert hat. Unsere Kollektionen sind die moderne Interpretation des amerikanischen Jeans Look und gehören zu der Grundausstattung jedes Kleiderschranks. Gap vereint den jugendlichen Zeitgeist in einer Marke und lässt seinen Kunden die Freiheit ihren eigenen Style individuell zu gestalten.

Heute gibt es weltweit bereits mehr als 1,700 firmengeführte Stores und Franchisenehmer im Einzelhandel sowie eine Online Präsenz in über 90 Ländern.

**MODERN.
AMERIKANISCH.
COOL.**

GEGRÜNDET:

1969

MARKEN:

Gap, GapKids, babyGap, GapMaternity and GapBody.

FIRMENGEFÜHRTE LOCATIONS:

circa 3,100 in den Vereinigten Staaten, Großbritannien, Kanada, China, Frankreich, Irland, Japan and Italien.

FRANCHISEUNTERNEHMEN:

Stores in Asien, Australien, Europa, Lateinamerika, im Nahen Osten und in Afrika.



ENTSTEHUNG

Die Geschichten über die Entstehung der größten Unternehmen der Welt, haben oft etwas gemeinsam: eine simple Idee, die sich zu einer ganzen Branche entwickelt.

Das gilt auch für Gap, dem neuesten amerikanischen Fashionlabel am österreichischen Markt.

Gaps Credo: „Der einfachste Weg um die perfekt passende Jeans zu finden.“ Das dachte sich schon Don Fisher, der gemeinsam mit seiner Frau Doris, im Jahre 1969 Gap in San Francisco, Kalifornien gründete.

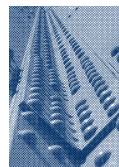
Damals war Don, ein 41-jähriger Immobilienprojektentwickler, der keinerlei Erfahrung im Einzelhandel hatte. Eines Tages kaufte er eine Handvoll Jeans von einem Levis Verkäufer. Als er sie probierte, passte jedoch keine einzige. Don machte sich daraufhin auf den Weg zu zwei Kaufhäusern um sie umzutauschen. Aber keines hatte seine Größe.

Don war frustriert, aber ebenso inspiriert: Was würde passieren, wenn jemand eine komplette Bandbreite an Schnitten, Farben und Größen von Jeans in einem einzigen Geschäft verkaufen würde?

Genau das tat Don mit seiner Frau Doris und das Modelabel Gap war geboren. Ursprünglich verkaufte das Ehepaar Jeans, Schallplatten und Kassetten. Der Musikvertrieb wurde zwar kein Hit, dafür die Jeans umso mehr – innerhalb eines Jahres machte Gap einen Umsatz von zwei Millionen US-Dollar und expandierte rasch innerhalb der USA.



1976 ging das Unternehmen an die Börse und heute, mehr als 40 Jahre später, ist die Marke weltweit für ihren coolen, lockeren aber modernen amerikanischen Stil bekannt.



Überregional anerkannt für ihren spezialisierten Einzelhandel unterteilt sich Gap Inc. in fünf Marken – Gap, Banana Republic, Old Navy, Piperlime und Athleta sowie in die spezifischen Vertriebskanäle über Online, Outlets und Franchiseunternehmen. Das Unternehmen beschäftigt weltweit 135,000 Mitarbeiter in mehr als 3,100 Stores in über 30 Ländern.



ENTSTEHUNG

Gap stellte ein unternehmensinternes Team von Designern zusammen, das schnell für seine Innovationen und Kreativität bekannt wurde, sowohl in der Entwicklung großartiger Produkte als auch im Bereich Marketing. Sie machten Khakis am Arbeitsplatz populär und kreierten den heute nicht mehr wegzudenkenden „Casual Friday“. Sogar einfache T-Shirts wurden in ganz eigenem Gap-Style zu Fashion Statements.

Gap hat Freizeitkleidung neu erfunden auf eine moderne Art und anzügliche Weise. Das Unternehmen setzt Fashion Trends Generation nach Generation und in den verschiedensten Zeitaltern. Von schlichten T-Shirts über Hoodies, Khakis, Jeansjacken, bis hin zu Blazern, Oxfords und simplen schwarzen Hosen. All die Klassiker, die in jeden Kleiderschrank gehören und niemals aus der Mode kommen – jedes Design aber in seinem eigenen unverwechselbaren Stil.

Gaps Einfluss in der Popszene und die Art wie sich Leute kleiden, wurde über die Jahre genau dokumentiert.

Seit den 1980ern ist Gap dafür bekannt neue Fashion Trends, die lässig und locker wirken, zu kreieren und diese mit einflussreichen Berühmtheiten in Verbindung zu bringen. Einige der bekanntesten Gesichter der Popkultur ließen sich für die berühmten „Individuals of Style“ Kampagnen von GAP ablichten. Von Madonna und Willie Nelson über Sarah Jessica Parker bis hin zu Lenny Kravitz. Große Stars, die für ihre Individualität und einen kreativen Mix aus Tanz, Musik und kühnen Statements bekannt sind.

Andere wiederum brachten Gap auf die Leinwände Hollywoods, wie zum Beispiel Tom Cruise mit seinem klassischen weißen GAP T-Shirt im Kultfilm „Lockere Geschäfte“ oder der futuristische Gap Store im Film „Minority Report“. Auch Winona Ryder arbeitet im Film „Reality Bites“ in einem Gap Store.

Mit der Bekanntheit des Modelabels Gap wuchs auch das kreative Schaffen und die Modelinie. 1986 wurde die Kollektion auf GapKids erweitert und vier Jahre danach kam auch babyGap zum Sortiment. Beide Linien hatten durch ihre strapazierfähigen Stoffe, Designs und Passformen großen Erfolg. Berühmte Designer, wie zum Beispiel Stella McCartney, haben für GapKids exklusive Linien, die das einzigartige Design und Gaps langjährige Erfahrung in Kindermoden hervorbringen, kreiert.

Trotz seines Wachstums und des großen Erfolgs, blieb Gap seinen ursprünglichen Leitsätzen treu.

Doris und Don Fisher verwirklichten nicht nur ihre Vision von Freizeitkleidung, sie schufen eine einzigartige Kultur und einen besonderen Kundenservice in ihren Stores. Sie kreierten eine Community, die hohe Ansprüche hatte und über Fashion Trends hinweg anhielt.

Gemeinsam mit Doris und seinen Söhnen, von denen zwei im Aufsichtsrat der Gap Inc. sitzen, schuf Don ein Vermächtnis, das hohe Verantwortung an Wohltätigkeit und Gemeinschaft darstellt und so zu einem wesentlichen Bestandteil der Gap-Kultur wurde. Dies soll Mitarbeiter weltweit motivieren ihren Teil dazu beizutragen.

MEILENSTEINE



ZEITACHSE:

- 1969** Die Gründer Don und Doris Fisher eröffnen den ersten Gap Store in San Francisco, Kalifornien.
- 1976** Gap wird an der New Yorker und Pacific Börse gelistet.
- 1983** Banana Republic wird erworben.
- 1986** Erster GapKids Store wird in San Mateo, Kalifornien eröffnet.
- 1987** Gap expandiert international. Erster Store außerhalb der USA wird in London, Großbritannien eröffnet.
- 1989** Gap eröffnet seinen ersten Store in Vancouver, Kanada. Die Linie babyGap feiert ihr Debüt in San Francisco.
- 1993** Gap verkauft seine Produkte in den Galleries Lafayette in Paris, Frankreich.
- 1994** Der erste Old Navy Store eröffnet in Colma, Kalifornien. Das erste Gap Outlet Store eröffnet in Oxnard, Kalifornien.
- 1995** Der erste Banana Republic Store außerhalb der USA eröffnet in Edmonton, Kanada. Gap expandiert nach Asien, erste Gap und GapKids Stores in Japan.
- 1996** Gap Inc. startet seinen ersten internationalen Outlet Store in Großbritannien.

- 1997** Gap präsentiert seinen Online Store auf gap.com.
- 1998** GapKids.com und babyGap.com gehen online.
Erster GapBody Store eröffnet in Cherry Hill, New Jersey.
- 1999** BananaRepublic.com geht online.
- 2000** Gap erweitert sein Sortiment um GapMaternity.
Oldnavy.com geht online.
- 2005** Der erste Banana Republic Store in Japan eröffnet im Printemps Kaufhaus in Ginza, Tokyo.
- 2006** Der erste Gap Franchise Store eröffnet in Singapur, gefolgt von weiteren in Malaysia. Piperlime wird eingeführt.
- 2007** Gap Franchise Stores eröffnen in zehn weiteren Ländern: Bahrain, Indonesien, Kuwait, Korea, Oman, Philippinen, Katar, Türkei, Saudi Arabien und in den Vereinigten Arabischen Emiraten.
Der erste Banana Republic Store eröffnet in Bahrain, gefolgt von weiteren Stores in Indonesien, Kuwait, Katar, in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Malaysia, Singapur, Korea und im Oman.



MEILENSTEINE



2008 Gap Inc. akquiriert Athleta. Gap Inc. expandiert das Outlet Geschäft mit dem ersten Gap Outlet und Banana Republic Factory Stores in Kanada. Weitere Gap Franchise Stores eröffnen in Griechenland und Russland. Banana Republic Franchise Stores eröffnen in den Philippinen, Saudi Arabien und in der Türkei.

2009 Gap Inc. feiert 40 jähriges Jubiläum. Gap Franchise Stores eröffnen in Zypern, Israel, Jordanien, Mexico und Rumänien.

2010 Gap Inc. eröffnet ersten Store in China und Italien. Erster Banana Republic Store in Italien. Weitere Gap Franchise Stores in Australien, Bulgarien und Thailand. Gap Inc. bietet internationale Lieferung der online bestellten Waren in über 90 Länder an. Gap Inc. führt zugehörige Onlineshops und Ausführungscenter in Kanada, Großbritannien und China ein.

2011 Gap Franchise Stores eröffnen in Kasachstan, Ukraine, Ägypten und Serbien.

Gap Inc. eröffnet Gap Store auf der größten chinesischen Online-Einkaufsplattform Taobao.

2012 Gap Franchise Stores eröffnen in Guam, Panama, Südafrika, Georgien, Libanon, Kolumbien, Armenien, Aserbaidshan und Uruguay.

Banana Republic Stores eröffnen in Panama, Georgien und Kolumbien.

Gap Inc. startet Intermix.

2013 Gap Franchise Stores eröffnen in Ungarn, Peru, Brasilien, Costa Rica und Paraguay.

Banana Republic Stores eröffnen in Südafrika und Peru.



SOCIAL RESPONSIBILITY

Lang anhaltende und positive Eindrücke bei den Menschen und Gemeinschaften mit denen wir arbeiten zu hinterlassen, ist uns bei Gap Inc. wichtig. Das Richtige zu tun ist wichtig für ein geregeltes Arbeitsumfeld. Unsere Unternehmenspolitik versucht unseren Aktionären Gewinne zu liefern während wir auf die Umwelt achten, die Rechte der Angestellten in der Textilindustrie verbessern und sicherstellen, dass unsere unsere Mitarbeiter zufrieden sind.

UNSER COMMITMENT

Bei Gap Inc. fokussieren wir uns auf vier Bereiche, von denen wir glauben, dass wir den größten positiven Einfluss sowohl gesellschaftlich als auch auf die Umwelt bewirken.

MENSCHENRECHTE

Bis unsere Produkte von den Feldern und Fabriken bis zu unseren Stores gelangen, beeinflussen eine Menge Menschen diese Reise. Informieren Sie sich über diese Menschen und über unser umfassendes Programm zur Sicherstellung, dass diese wichtigen Menschen mit Würde und Respekt behandelt werden.

UMWELT

Weltweit reduzieren wir Müll, sparen Energie und setzen auf nachhaltige Designs beginnend bei unseren Produkten bis hin zu unseren Stores.

MITARBEITER

Unsere Mitarbeiter sollen privat wie beruflich gut und erfolgreich leben und wachsen. Wir möchten ein Arbeitsumfeld schaffen, das die Ziele und Leidenschaften unserer Mitarbeiter unterstützt.

GEMEINSCHAFT

Den größten Einfluss verdanken wir unserer Stärke, den mehr als 134,000 Mitarbeitern von Gap Inc. Wir unterstützen ehrenamtliche Arbeit und Arbeit mit sozial benachteiligten Jugendlichen und Frauen auf der ganzen Welt.

Lernen Sie mehr dazu hier:
www.gapinc.com/socialresponsibility

FRANCHISE INFORMATION

ÜBER DIE TRIMERA GROUP

Die Trimera Group designt, produziert, lizenziert und vertreibt diverse Modemarken von unterschiedlichen Einzelhändlern. Die Mission der Trimera Group ist es für die unterschiedlichen Bedürfnisse ihres breit gefächerten Kundenstamms perfekt abgestimmte Lösungen zu offerieren. Aktuell bietet die Trimera Group ihre innovativen Lösungssysteme Marktführern in 75 verschiedenen Ländern auf fünf Kontinenten an. Diese Lösungssysteme passen sich den individuellen ihrer Kunden an.

Mehr Informationen unter www.trimeragroup.com



