

Modaes

Empresa

Kering ficha al ex consejero delegado de Hugo Boss como responsable de Bottega Veneta

Claus-Dietrich Lars abandonó el grupo alemán a principios de año ante las previsiones negativas para 2016.

Modaes
30 sep 2016 - 11:27



Kering reordena su cúpula. El conglomerado ha fichado a **Claus Dietrich Lahrs**, ex consejero delegado de **Hugo Boss**, como nuevo máximo responsable de **Bottega Veneta**. El ejecutivo sustituirá a **Carlo Alberto Beretta**, que asumirá la dirección e cliente y márketing de **Kering**.

Lahrs abandonó **Hugo Boss** a finales del pasado a febrero ante la inminente caída del beneficio con la que el grupo preveía cerrar el ejercicio. El ejecutivo estuvo al frente de la compañía durante ocho años, en los que impulsó su expansión internacional y desarrolló su división de moda femenina, nombrando a **Jason Wu** director creativo de

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/kering-ficha-al-ex-consejero-delegado-de-hugo-boss-como-responsable-de-bottega-veneta>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

la colección para mujer.

Antes de incorporarse a la compañía alemana, Lahrs ocupó diversos puestos de responsabilidad en **Cartier**, **Louis Vuitton** y **Christian Dior Couture**. En **Bottega Veneta**, el directivo alemán se incorporará también al comité ejecutivo.

Bottega Veneta es una de las puntas de lanza de **Kering**. La compañía cerró el primer semestre con unas ventas de 571,2 millones de euros, un 9,2% más que en el mismo periodo del año anterior. El grupo genera el 45,3% de sus ventas en los mercados emergentes.

“Había una necesidad urgente de hacer algo en **Bottega Veneta**, ya que las ventas estaban cayendo rápidamente debido a una falta de innovación en producto”, explicó **Luca Solca**, de Exane BNP Paribas, a *WWD*. “El *Intrrecciato* está en todas partes, pero se ha convertido en algo aburrido, es como si mantuvieras Gucci por el bolso de bambú”, añadió el experto.