

Neue Marketing-Kampagne zur Positionierung von Tactel

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa**

Band (Jahr): **98 (1991)**

Heft 4

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-678864>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

dessen voller Umfang erst in Zukunft erschlossen werden wird. Schon die bisher erkannten Anwendungen wie Heissgasfiltration, Isolationsvliese Strukturformteile und Schutzbekleidung sowie Flugzeuginnenausstattungen zeigen faszinierende Möglichkeiten für diese neue High Performance Faser auf.

- (1) Lenzing AG, AT Patent 377016 (2983)
- (2) Weinrotter, K., Griesser, H.: Chemiefasern/Textilindustrie 35/87 (1985) 6, 409-410
- (3) Weinrotter, K., Vodiunig, R.: 3rd International Conference on Polyimides, Ellenville, NY (1988)
- (4) Weinrotter, K.: Yearbook Textile Technologie International (1989) 55-56

Werner Kollment, Lenzing AG,
A-4860 Lenzing ■

Neue Marketing-Kampagne zur Positionierung von Tactel

Nach Abschluss einer umfangreichen Marktforschungsstudie in Europa stellt ICI Fibres die Bekleidungsmarkenfaser Tactel mit einer aufwendigen internationalen Marketing- und Verkaufsförderungskampagne als die Faser für den Verbraucher von heute neu vor. Die Kampagne wird die Fähigkeiten, den hohen Qualitätsanspruch und die fortlaufende innovative und gezielte Forschungsarbeit im Interesse an einer ständigen Weiterentwicklung herausstellen und dadurch Tactel als die intelligente Faser für die 90er Jahre präzisepositionieren.

Das Marktforschungsprojekt, das von dem Genfer Forschungsinstitut Risc (Research Institute for Socio Cultural Changes) im Auftrag von ICI Fibres durchgeführt worden ist, sollte die Einstellung der Verbraucher gegenüber Man-made-Fibres für Bekleidung ermitteln. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die bekannten negativen Assoziationen der Vergangenheit sich in Interesse und den Wunsch nach neuen Textilien, wie sie die technologische Forschung liefern kann, gewandelt haben. Der Verbraucher von heute, das zeigte die Studie, hat mehr Kenntnis von Eigenschaften der Fasern und verlangt vor dem Kauf nach mehr Informationen. Anhand von 30 000 Interviews wurde der Zielmarkt für Tactel so identifiziert: Meinungsbildner und Menschen mit zeitgemässer Denkungsart, Trend-Setter und Personen, die nach neuen Horizonten Ausschau halten.

Die auf Basis der Studien-Ergebnisse entwickelte Marketing-Kampagne wird Tactel als das Spitzenprodukt unter den Man-made-Fibres für Bekleidung beschreiben. Die Studie zeigte auch, dass der moderne Verbraucher die Gewissheit verlangt, dass Kleidung strengsten Massstäben an Qualität und Komfort entspricht. Deshalb wird nur Bekleidung mit dem höchsten Qualitätsstandard mit der Marke Tactel gekennzeichnet. Bis 1995 wird es nach Auffassung von ICI in Europa einen Markt von rund 200 Mio. Kleidungsstücken geben - von Feinstrümpfen bis Sportbekleidung - die einen so hohen Standard haben, dass sie das Markenzeichen Tactel tragen können.

Die Marke Tactel bezeichnet das Angebot von ICI an Polyamid 6.6 Garnspezialitäten für Bekleidung. Seine Ästhetik, Vielseitigkeit, Widerstandsfähigkeit und der hohe Tragkomfort machen dieses Material bestens geeignet für die sich ständig ausweitende Skala von Aktivitäten und Interessen des modernen Verbrauchers.

Werbung im Kino und der Fachpresse, ein neues Tactel Logo, ein detailliertes PR-Programm, eine neue Zeitschrift, Material für Verkaufsförderung, Warenkennzeichnung und ein

umfangreiches Sponsorship-Programm werden sich an alle potentiellen Tactel-Käufer wenden.

Das neue Sponsor-Programm wurde gezielt daraufhin entwickelt, die Tactel-Verbraucher-Zielgruppe anzusprechen. Die Welt des Balletts ergänzt die traditionelle Verbindung von Tactel zum Sport. ICI Fibres hat einen weltweiten exklusiven Sponsor-Vertrag mit der Bolschoi Ballet Grigorovich Company geschlossen. Stoffe aus Tactel und Feinstrümpfe aus Tactel werden in grossem Umfang für die Kostüme der Tänzer verwendet.

Im Einzelhandel werden Anhäng- und Einnähetiketten mit dem neuen Tactel-Logo den Hinweis auf die Ware geben und, noch wichtiger, die Verbraucher über die herausragenden Eigenschaften von Tactel informieren. Verkaufsförderungs-Material wird dem Verbraucher dabei helfen, die Kleidung mit der Kino-Werbung zu identifizieren.

ICI hat ein umfangreiches Programm entwickelt, um dem Handel mit genauen und aktuellen Informationen zu helfen. Dies schliesst ein Team von Ausbildungs-Spezialisten ein, die in den wichtigsten Märkten zur Erläuterung der Eigenschaften und Vorzüge von Tactel zur Verfügung stehen.

In Vorbereitung ist das neue Magazin «In Touch», das sich auf hohem Niveau direkt an den Einzelhandel wendet. Es wird in vier Sprachen zweimal im Jahr an über 15 000 Einzelhändler verteilt.

Ein internationales Public-Relations-Netz wird der Zielsetzung der Neupositionierung dadurch entsprechen, dass es die Berichterstattung sowohl in der Fach- als auch in der Verbraucher-Presse anregt, um sicherzustellen, dass die wichtigen Zielgruppen vollständig über die Kampagne informiert werden.

Im Anschluss an die Vorstellung auf der ISPO wird die neue Kampagne in den kommenden Monaten in den individuellen Märkten quer durch Europa durchgeführt.

ICI Fibres, D-6000 Frankfurt a.M. ■