



„Naturally me“ ...Ich bin wie ich bin. Und wie.

... lebensfroh, lebendig, authentisch und natürlich: „Naturally me“ - das ist das neue Markenversprechen von CALIDA. In der frischen und neuen Markenausrichtung und Kommunikation kommen die Frauen selbst zu Wort und erklären ihre eigene Sicht auf die Welt - charmant, amüsant und absolut echt. Eben „Naturally me“.

Die Marke CALIDA

CALIDA gehört zu den führenden großen Wäsche- und Lifestyle Marken in Europa. CALIDA ist in über 20 Ländern vertreten, allein in der Schweiz und in Deutschland mit über 120 CALIDA-

Stores und einer Vielzahl von Fachgeschäften. Täglich werden weltweit 28.000 CALIDA Produkte verkauft. Die qualitativ hochwertige Tag- und Nachtwäsche für Damen, Herren und Kinder überzeugt durch die hervorragende

Qualität und die perfekte Passform. Die Beliebtheit der Produkte, bei einer breiten Bevölkerungsschicht, basiert auf ausgezeichnetem Tragekomfort, sowie qualitativ hochwertigen Materialien und Verarbeitung. Die aktuelle Angebotspalette reicht von jungen, sportiven Modellen bis hin zu eleganter und modisch akzentuierter Tag- und Nachtwäsche. CALIDA bietet zusätzlich eine kleine und sehr exklusive Badkollektion an. Auch hier wird in der Umsetzung sehr großen Wert auf die hochwertigen Materialien und den perfekten Tragekomfort gelegt.



Calida Schaufensterdekoration

Neue Markenausrichtung

Mit der neuen Markenausrichtung „Naturally me“ spricht CALIDA über eine Lebenseinstellung, eine Lebenshaltung, die sehr echt, natürlich, unverfälscht und authentisch ist. Dieses individuelle Lebensgefühl genießt jede Person auf ihre Weise. „Wir sprechen damit viele Leute an, insbesondere auch eine jüngere Zielgruppe aufgrund der zeitgemäßen und modernen Darstellung“, erklärt Marco Fernandez (CALIDA Marketing) und ergänzt „unsere Marketingmaßnahmen machen dies durchgängig deutlich. Die Kampagne zeigt lebensnahe und authentische Szenen mit Menschen denen man gerne begegnet. Diese emotionale Bildwelt zieht sich durch alle Marketing-Aktivitäten.“

Die schnelle Bekanntmachung der umfassenden Neuausrichtung der Marke und deren kurzfristige Verankerung in den Köpfen der Kunden, wird durch eine Kombination aus Off-

line- und Online-Kommunikation umgesetzt – mal amüsant, mal charmant, mal frech – aber immer authentisch. Zu den Werbemaßnahmen gehören dabei klassische Instrumente wie Print-Anzeigen, Imagebroschüren und In-Store-Promotion genauso wie Internetpräsenz und Social-Media. Einen besonderen Stellenwert für die Ausstrahlung der neuen Markenausrichtung übernimmt die Präsentation in den Schaufenstern der CALIDA-Stores, denn dort besteht die direkte Nähe zum potentiellen Kunden und eine langfristige Bindung zur Marke kann aufgebaut werden. Dies bestätigt Stefanie Kaufmann (CALIDA Marketing): „Unsere Schaufenster sind Imageflächen für die Marke. Hier können wir Emotionen vermitteln, Geschichten über die Marke erzählen und zum entscheidenden Schritt in den Laden anregen.“

„Die Idee bei der Schaufenstergestaltung war“, betont Stefanie Kaufmann, „nicht direkt Produkte aus der Kollektion

zu bewerben, sondern die aktuelle Kampagne und die damit einhergehende neue Markenausrichtung zu vermitteln. Der Claim „Naturally me“ stand so erstmals und sehr prominent im Schaufenster. Mit dem QR-Code am Fenster konnte man zudem unseren Image-Film herunterladen, der dieses Lebensgefühl auf sehr authentische und sehr emotionale Weise darstellt. Passend zu den Schaufenster-Dekorationen wurden natürlich auch verschiedene Produkte und Looks der aktuellen Kollektion gezeigt, die dieses individuelle Lebensgefühl unterstreichen – lässig, authentisch und natürlich.“

MODEL liefert Schaufensterdekoration „Naturally me“

Das Unternehmen Model ist international für sein Credo „we dress to impress“ bekannt. Das vielfältige Leistungsspektrum in unterschiedlichsten Produktsegmenten für die Markenartikel-Industrie beschreibt Daniel Model, CEO der ►



Calida Schaufensterdekoration

Model-Gruppe, sehr markant: „Unsere Marktleistung ist die Entwicklung und Herstellung intelligenter, innovativer und effizient hergestellter Verpackungen aus Voll- und Wellkarton, begleitet von einem umfassenden Dienstleistungspaket“.

Dieser Leistungsumfang entspricht offensichtlich ideal den Bedürfnissen von CALIDA. Auch bei der Realisierung der Schaufenstergestaltung „Naturally me“ hat man sich wiederum für die Zusammenarbeit mit Model entschieden und nennt dafür eindeutige Gründe: „Für CALIDA ist es wichtig, durch ein Projekt kompetent begleitet zu werden und die benötigten Elemente in Zusammenarbeit mit dem Lieferanten entwickeln zu können. Neben dem guten Preis-/Leistungsverhältnis spricht auch die sehr gute Betreuung durch den Aussendienst für die Model Group. Durch die räumliche Nähe unseres Unternehmens mit dem Hauptsitz von Model, erhalten wir umgehend Dienstleistungen wie zum Beispiel Weißmuster für dringende Marketingentscheidungen bei Produktneueinführungen sowie persönliche Beratungs-

gespräche und Präsentationen durch den Model Aussendienst. In Bezug auf alle Qualitätsparameter der Lieferungen an uns und die Einhaltung vereinbarter Termine können wir uns immer auf Model verlassen.“

AK Display: Welche weiteren Aspekte als die bereits von CALIDA genannten, beschreiben die Leistungen von Model bei der Entwicklung, Gestaltung und Produktion der Displays und Schaufenstergestaltungen?

MODEL: Wir nehmen im Kundengespräch sämtliche Anforderungen, die an das Display oder die Schaufensterdekoration gestellt werden, bis ins kleinste Detail auf. Wir fragen nach den ‚must-have‘ Kriterien und den Wünschen des Kunden um dementsprechend, eine auf seine Bedürfnisse abgestimmte Lösung zu entwickeln. Sehen wir eine preislich optimierte oder eine optische Alternative, präsentieren wir diese Variante dem Kunden zusätzlich. Dieses Vorgehen wird von Model-Kunden sehr

geschätzt. Weiter wird berücksichtigt, dass das Handling und der Aufbau des Displays am Point of Sale einfach und selbsterklärend ist. Wir produzieren im Digital- und Flexodruck und bieten auch offsetkaschierte Verpackungs- und Dekorationslösungen an. Somit haben wir für jede Auflage und verschiedenste Anforderungen die passende Drucktechnologie zur Verfügung.

AK Display: Welche logistischen Dienstleistungen nehmen Model-Kunden in Anspruch?

MODEL: Das Co-Packing-Kompetenzzentrum rundet unser Dienstleistungspaket ab. Wir richten Verpackungen auf, konfektionieren, verpacken und liefern termingerecht nach Kunden-Vorgaben. Mit Copack Plus bieten wir unseren Kunden einen Konfektionierservice an und sorgen dafür, dass unnötige Schnittstellen entfallen. Wir können also einen maßgeschneiderten Volservice leisten – vom Wareneingang bis zum Versand oder bis an den Point of Sale. ■