

PRESSEMITTEILUNG

Takko Fashion launcht #feelyellow Herbst-/Winter-Kampagne

- ✦ Takko Fashion spielt seine neue #feelyellow Herbst-/Winter-Kampagne bis 26. Oktober
- ✦ Die Kampagne interpretiert die neu entwickelte Purpose-driven Markenstrategie des Modeunternehmens auf moderne Weise und transportiert die Takko Fashion Brand Values in Verbindung mit der Markenfarbe Gelb
- ✦ Mit der neuen Kampagne setzt Takko Fashion auf einen breiten Mediamix inklusive TV-Spots sowie internationaler Adaptierung

Telgte, 29.08.2023. Mit seiner neuen Herbst-/Winter-Kampagne bekennt der Quality Discounter Takko Fashion Farbe: Unter #feelyellow werden Markenwerte wie Preis-Leistung, Qualität, Diversität und Body Positivity sowie Nachhaltigkeit transportiert. „Mit der #feelyellow-Kampagne zeigen wir wofür Gelb und damit die Marke Takko Fashion steht: Feelgood-Fashion, die in Dein Leben passt – das bedeutet gute Qualität und aktuelle Trends für die ganze Familie aus verantwortungsbewusster Produktion zu einem super Preis“, erklärt Manuela Holler, Senior Director Marketing & E-Commerce bei Takko Fashion. „Mit #feelyellow beschreiben wir das Gefühl, während des Shoppings in unseren Stores oder im Online-shop keine Kompromisse zwischen Trends, Preis oder nachhaltigen Materialien machen zu müssen.“ So wirbt das Modeunternehmen in dem neuen [Kampagnenfilm](#) beispielsweise mit Kleidung für Kinder aus nachhaltiger Baumwolle von Better Cotton.

Gelb wird immer grüner – Als Quality Fashion Discounter verfolgt Takko Fashion das Ziel, nachhaltige Trends anzubieten, die sich jeder leisten kann. Die ersten Schritte dazu sind gemacht. So berichtet das Unternehmen in seinem kürzlich veröffentlichten [Nachhaltigkeitsreport](#) über seine ESG-Aktivitäten: 55% nachhaltige Baumwolle über Better Cotton, zwölfjährige Zusammenarbeit mit der Fair Wear Foundation, Mitglied in dem Bündnis für nachhaltige Textilien und Unterzeichner des International Accord. Zudem setzt sich der Fashion Discounter ambitionierte Ziele wie Reduzierung des CO2-Fußabdrucks sowie stärkerer Einsatz von nachhaltigen und recycelten Materialien.

Gelb steht für Feelgood-Shopping – Zur Marketingstrategie des Fashion Retailers gehört außerdem die Stärkung des Feelgood-Shopping-Erlebnisses. Ende des

PRESSEMITTEILUNG

vergangenen Jahres hat das Unternehmen seinem Onlineshop einen neuen, moderneren Anstrich verpasst und damit begonnen, das Onlinegeschäft zu internationalisieren. In diesem Jahr wurde bereits der Onlineshop für Österreich geöffnet. Niederlande, Frankreich, Tschechien und die Slowakei folgen.

Parallel modernisiert das Unternehmen seine Filialen mit einem neuen Store Design: Der Einsatz von modernen Hängeleuchten, helle Farbtöne und Holzelemente im Store schaffen ein warmes und freundliches Ambiente. Daneben regen das zentrale Entrance-Statement mit der aktuellsten Fashion-Kollektion sowie weitere kleinere Statements an verschiedenen Stellen im Geschäft zur Shopping-Inspiration an. Die hellen Umkleidekabinen und neu gestalteten Lounge-Ecken laden in den Stores zum Verweilen ein. Rund 50 Filialen wurden bereits auf das neue Store Design umgestellt. In diesem und nächsten Jahr sollen noch mehr als 200 Refits hinzukommen.

„Das Ziel unserer #feelyellow-Kampagne ist es bei den Menschen eine stärkere Assoziation mit unseren Markenwerten herzustellen sowie durch Steigerung der Brand Awareness in das Relevant Set einer breiteren Zielgruppe zu kommen. Mit #feelyellow wollen wir ein Lebensgefühl transportieren: Mode, die zu Dir passt – in vielen verschiedenen Größen, leicht erreichbar durch on- und offline Shopping und dank niedriger Preise für alle erschwinglich“, so Holler.

Die #feelyellow-Kampagnenbotschaften, Videos und Visuals sind bis Ende Oktober sowohl am Point of Sale als auch online zu entdecken und werden in alle Content-Formate für die Ländermärkte des Modeunternehmens integriert. Neben Print- und Audio-Werbung schaltet das Modeunternehmen in Deutschland ebenfalls TV-Spots. Die Markenstrategie und Kampagne wurden gemeinsam mit der Agentur Serviceplan Köln entwickelt.

Über Takko Fashion

Takko Fashion betreibt fast 2.000 Quality Discount-Filialen in 17 Ländern Europas. Im Online- sowie stationären Einzelhandel bietet das Unternehmen qualitative modische Kollektionen zu einem attraktiven Preis. Als Mitglied der Fair Wear Foundation, dem Bündnis für nachhaltige Textilien und Partner von Better Cotton setzt sich Takko Fashion für nachhaltige und verantwortungsbewusste Produktionsbedingungen sowie eine nachhaltige Baumwollproduktion ein.

PRESSEMITTEILUNG

Medienkontakt

Christina Scholz

Takko Fashion

E-Mail: presse@takko.de

Telefon: +49 2504 923 564

