

PRESSEINFORMATION

Takko Fashion überrascht mit Oh-Momenten in neuer Frühjahr-/Sommer-Kampagne

- ✦ Takko Fashion launcht ab 27. März seine neue Takko(h!)-Frühjahr-/Sommer-Kampagne
- ✦ Die Kampagne interpretiert die neu entwickelte Purpose-driven Markenstrategie des Modeunternehmens auf verspielte Weise und sorgt für Überraschungsmomente durch starke Markenversprechen
- ✦ Mit der neuen Kampagne setzt Takko Fashion auf einen breiten Mediamix inklusive TV-Spots sowie internationaler Adaptierung für alle Ländermärkte

Telgte, 28.03.2023. Der Quality Discounter Takko Fashion setzt in seiner europaweiten Frühjahr-/Sommer-Kampagne wortwörtlich auf den Überraschungseffekt: „Oh, das ist Takko Fashion?“ Die Kampagne greift auf verspielte Art und Weise den Überraschungsmoment auf, der beim Entdecken der Markenwerte entsteht. „Oh, besser als gedacht!“ lautet es beispielsweise in dem [Imagefilm](#) des Modeunternehmens während es die langjährige Partnerschaft mit der Fair Wear Foundation und damit sein Engagement für bessere Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie in Szene setzt.

„Mit der Oh-Kampagne zeigen wir, wofür unsere Marke 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. Das ‚Oh!‘ in unserer Kampagne ist daher mehr als nur ein Slogan: Es ist das Gefühl, während des Shoppings in unseren Stores oder im Onlineshop keine Kompromisse machen zu müssen“, erklärt Manuela Holler, Senior Director Marketing & E-Commerce bei Takko Fashion.

„Oh! Wenn vieles in die Tüte kommt und das alles nicht die Welt kostet!“ – Die Imagekampagne überrascht mit einem lockeren und verspielten Look & Feel und lädt hier und da zum Schmunzeln ein. Sie bildet somit den Auftakt einer neuen Bildsprache bei Takko Fashion sowie der stärkeren Kommunikation der USPs über die günstigen Preise hinaus.

Takko Fashion CEO Tjeerd Jegen: „Als Quality Fashion Discounter ist es unser Zweck und unser Antrieb, Feelgood-Fashion anzubieten, die sich jeder leisten kann. Unsere Frühjahr-/Sommer-Kampagne ist eine Interpretation unserer neuen

PRESSEINFORMATION

Purpose-driven Markenstrategie. Während Takko Fashion in Deutschland bereits sehr bekannt ist, wir allerdings unser Image stärken müssen, wollen wir in unseren anderen Ländermärkten an Bekanntheit gewinnen.“ Das Ziel der Kampagne ist es dementsprechend, bei Kundinnen und Kunden eine stärkere Assoziation mit den Markenwerten – darunter Qualität und unternehmerische Verantwortung – herzustellen sowie durch Stärkung der Brand Awareness in das Relevant Set einer breiteren Zielgruppe zu kommen. „Neben Deutschland wollen wir auch in unseren 16 weiteren Ländermärkten weiterwachsen. ‚Oh!‘ ist international – daher soll die Kampagne parallel zur Expansion unseres Filialnetzes unsere europaweite Markenbekanntheit stärken“, ergänzt Jegen.

Die Kampagnenbotschaften, Videos und Visuals sind bis Ende Mai sowohl am Point of Sale als auch online zu entdecken und werden in alle Content-Formate für alle Ländermärkte des Modeunternehmens integriert. Neben Print- und Audio-Werbung schaltet das Modeunternehmen in Deutschland zum ersten Mal seit langer Zeit ebenfalls wieder TV-Spots. Die Markenstrategie und Takko(h!)-Kampagne wurden gemeinsam mit der Agentur Serviceplan Köln entwickelt.

„Außen hui, innen oh!“ – Zur Marketingstrategie des Fashion Retailers gehört außerdem die Stärkung des Feelgood-Shopping-Erlebnisses. „Das dichte Filialnetz und die gute Erreichbarkeit unserer Stores, häufig in Fachmarktzentren, ist ein starkes UVP für unsere Kundinnen und Kunden, die ihren Besuch bei Takko Fashion mit weiteren Einkäufen für den täglichen Bedarf verbinden können“, erklärt Jegen. Das Unternehmen hat vor Kurzem damit begonnen sein Store Design zu modernisieren. 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. Mittlerweile werden alle neuen Stores des Modeunternehmens im neuen Storekonzept eröffnet. Im Rahmen seines Refit-Prozesses, stattet Takko Fashion schrittweise auch bestehende Filialen mit dem neuen Store Design aus. Den neuen Look & Feel hat das Modeunternehmen Ende des vergangenen Jahres bereits in seinem Onlineshop umgesetzt.

PRESSEINFORMATION

Über Takko Fashion

Takko Fashion betreibt fast 2.000 Stores in 17 Ländern in Europa. Im Online- sowie stationären Einzelhandel bietet das Unternehmen qualitative modische Kollektionen für die ganze Familie zu einem attraktiven Preis. Mit dem vielseitigen Sortiment tragen die Kundinnen und Kunden von Takko Fashion nicht nur aktuelle Styles zu fairen Preisen, sondern auch Verantwortung: Durch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Organisationen und Initiativen setzt sich Takko Fashion für einen nachhaltigen Wandel in der Textilindustrie ein. So ist das Unternehmen beispielsweise langjähriges Mitglied in der Fair Wear Foundation, einer der ersten Unterzeichner des International Accord und unterstützt durch die Mitgliedschaft in der Better Cotton Initiative einen nachhaltigen Baumwollanbau.

Medienkontakt

Christina Scholz

Takko Fashion

Email: presse@takko.de

Phone: +49 2504 923 564