



Presse-Information

Unterföhring, im Juli 2008

Neue Print-Kampagne zur OutDoor 2008

Sympatex setzt die Funktionalität der Membran in Szene

Mit einer neuen Printkampagne positioniert sich Sympatex als innovativer Hersteller von umweltverträglichen High-Tech-Textilien auf dem Markt. Im Mittelpunkt der Anzeigenmotive steht die besondere Leistungsfähigkeit der Sympatex-Membran: der Sportler lässt seinen Schweiß im wahrsten Sinne des Wortes „hinter sich“. Die Kampagne, die sowohl Endverbraucher als auch Konfektionäre und Händler ansprechen wird, startet zeitgleich zur OutDoor Messe 2008.

„Perform better without sweat“, so lautet der neue Kampagnen-Claim von Sympatex, der auf die einzigartige Leistungsfunktion der Sympatex-Membran verweist: Sie sorgt bei viel Bewegung für eine trockene Haut, indem sie die den dabei entstehenden Schweiß sofort zur Verdunstung nach außen transportiert. Die Kleidung wird innen nicht naß, der aktive Sportler überhitzt oder unterkühlt nicht. Das Ergebnis: besserer Tragekomfort für eine optimale Performance. Das Besondere dabei ist, dass die Sympatex-Membran mit steigender sportlicher Aktivität immer besser funktioniert.

Die kraftvoll inszenierten Motive der neuen Anzeigenkampagne veranschaulichen diese Produkteigenschaft: Sie zeigen jeweils einen Mountainbiker, eine Runnerin, einen Freestyler und einen Snowboarder in voller Aktion. Ihren Schweiß lassen die Sportler dabei hinter sich – deutlich sichtbar als abgeschüttelte Schweiß-Silhouette. Aus den Motiven, die jeweils eine kurze Momentaufnahme einer High-Performance-Aktion festhalten, springt dem Betrachter die besondere Kraft und Dynamik entgegen, die der Sportler aufbringen kann – weil er die richtige Kleidung auf der Haut trägt.

Zielgruppe der Kampagne sind sowohl die sportlichen Endverbraucher, als auch Konfektionäre und Händler für Sport- und Funktionskleidung. Bis Ende des Jahres werden die Anzeigen dementsprechend in Publikums- und Fachzeitschriften, wie zum Beispiel in Fit for Fun, BIKE, Tour, SKI Magazin, TextilWirtschaft, Sport + Mode und Shoez, zu sehen sein.

1/2

Pressekontakt:

eastside - agentur für kommunikation und marketing gmbh
Kai Schmid, Thomas Halsner
Tel: +49 (0) 89/23 09 91 – 25
Fax: +49 (0) 89/23 09 91 – 99
sympatex@eastside-story.de

Sympatex Technologies GmbH
Feringastrasse 7A
D-85774 Unterföhring
presse@sympatex.de
www.sympatex.com



Presse-Information

Das Ziel der Kampagne ist die Positionierung des Unternehmens als moderner Hersteller von umweltverträglichen Hightech-Funktionssystemen. Das Laminat mit der Sympatex-Membran steht auch im Mittelpunkt des überarbeiteten Logos. Das bisher allein stehende hellblaue Dreieck wird in einer dynamisch modifizierten Form aufgefächert gezeigt und von dem ebenfalls neuen Unternehmensclaim begleitet: „If nature had a choice“. Der Claim transportiert die Unternehmensphilosophie, in der Umwelt- und Verbraucherschutz eine zentrale Rolle spielen. So bestehen zum Beispiel die Membranen aus 100 Prozent biologisch abbaubarem Polyetherester und sind mit dem Öko-Tex Standard 100 und bluesign®-Zertifikat ausgezeichnet.

© Sympatex and Sympatex Technology are registered trademarks of Sympatex Technologies GmbH

2/2

Pressekontakt:

eastside - agentur für kommunikation und marketing gmbh
Kai Schmid, Thomas Halsner
Tel: +49 (0) 89/23 09 91 – 25
Fax: +49 (0) 89/23 09 91 – 99
sympatex@eastside-story.de

Sympatex Technologies GmbH
Feringastrasse 7A
D-85774 Unterföhring
presse@sympatex.de
www.sympatex.com