

PRESSEINFO

TAMARIS



TAMARIS GEWINNT „GOLD“ BEIM GERMAN BRAND AWARD 2021

Dass Tamaris dank einer konsequenten Markenführung zu den bekanntesten Marken in Deutschland zählt, ist unlängst bekannt. Nun wurde die beliebte Schuhmarke in der Kategorie „Excellent Brands: Fashion“ für ihre zukunftsweisende, strategische Ausrichtung mit dem German Brand Award in „Gold“ ausgezeichnet. Der beste Beweis dafür, dass die neue Richtung, die man seit einiger Zeit in Detmold eingeschlagen hat, auf Erfolgskurs ist.

Zum sechsten Mal haben der Rat für Formgebung und das German Brand Institute erfolgreiche Marken mit dem German Brand Award ausgezeichnet, einem der wichtigsten deutschen Markenpreise. Mit ihm werden Unternehmen gewürdigt, die sich durch eine vorbildliche Markenführung, nachhaltige Kampagnen und außergewöhnliche Marketingprojekte trennscharf vom Wettbewerb abheben. Die Schuhmarke Tamaris wurde in der Kategorie „Excellent Brands: Fashion“ mit dem begehrten Markenpreis in „Gold“ ausgezeichnet.

„Klar im Design und konsequent in der Bildsprache: Seit vielen Jahren leistet Tamaris herausragende Markenarbeit. Nun wagt das Unternehmen eine Weiterentwicklung der Markenwelt und integriert echte Kundinnen als Protagonistinnen einer neuen emotionalen Kommunikation, die vor allem auch in der digitalen Welt neue Möglichkeiten der Zielgruppenansprache eröffnet. Dies geschieht selbstbewusst und überzeugt mit sehr hoher Eigenständigkeit und aufmerksamkeitsstark in Szene gesetzten Produkten. Eine bis ins Detail sauber geführte, top entwickelte Marke mit einer strategischen Ausrichtung, die klar in die Zukunft weist. Hier stimmt alles“, begründet die Jury ihre Entscheidung, hier „Gold“ zu vergeben. Ein Urteil, das Jens Beining, CEO der Detmolder Wortmann Gruppe stolz macht: „Es ist eines der wegweisenden Ziele unserer strategischen Markenführung, Tamaris zu einer Lifestyle Brand auszubauen. Es freut uns deshalb besonders, als Marke im Fashionbereich wahrgenommen und ausgezeichnet zu werden.“

Die traditionsreiche Schuhmarke kann auf eine erfolgreiche Historie zurückblicken, mit einer starken Brand Kampagne, die bis heute als DNA der Marke gilt. Viel Weißfläche und jede Menge Raum für Fantasie – diese Formel führte zu einem Bekanntheitsgrad von über 90 Prozent. Immer im Fokus: Schuhe, die Momente perfekt machen. Vom roten Teppich bis zum Waldweg. Seit einigen Saisons gewährt Tamaris nun einen Blick hinter die weiße Leinwand: „Wir nutzen den weißen Hintergrund auf dem unsere Schuhe bislang platziert waren, um Frauen und ihren individuellen Lebensgeschichten eine Bühne zu geben. Gerade weil wir als Marke sehr breit aufgestellt sind und Schuhe für jeden Moment im Leben bieten, ist es wichtig, dass wir unsere Kundinnen in ihrer alltäglichen Lebenswelt ansprechen und sie emotional mit der Marke aufladen“, erklärt Cathleen Burghardt, Head of Marketing bei Tamaris die Neuausrichtung der Kommunikation. Eine Transformation der Marke, die wegführt von der punktuellen Werbeerinnerung, hin zur kontinuierlichen Interaktion mit der Zielgruppe. Damit erreicht Tamaris viele Frauen in unterschiedlichen Altersgruppen, liebt und lebt aber die Individualität: Denn kein Weg gleicht dem der anderen. Jeder Schritt, jede Geschichte, jede Frau – einzigartig!

PRESSEINFO

TAMARIS



Rat für Formgebung

Der Rat für Formgebung zählt zu den weltweit führenden Kompetenzzentren für Kommunikation und Wissenstransfer im Bereich Design, Marke und Innovation. Seinem Stifterkreis gehören aktuell mehr als 350 Unternehmen an. Der Rat für Formgebung wurde 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages gegründet, um die Designkompetenz der deutschen Wirtschaft zu stärken. Seine vielseitigen Aktivitäten verfolgen ein Ziel: die nachhaltige Steigerung des Markenwerts durch den strategischen Einsatz von Design und Innovation zu kommunizieren.

Über die Wortmann Gruppe

Die Wortmann Gruppe, Detmold, bekannt vor allem durch ihre Marke Tamaris, gehört zu den größten Schuhproduktions- und -vertriebsunternehmen in Europa und gilt als Marktführer für modische Damenschuhe. Die Kollektionen werden weltweit in über 70 Ländern und mehr als 15.000 Schuhgeschäften angeboten. Zur Unternehmensgruppe zählen neben der Topmarke Tamaris die Marken Marco Tozzi, Caprice, Jana und s.Oliver shoes. Dazu kommt die Novi Footwear International Co. Ltd. in Hongkong, die zahlreiche globale Handelsketten zu Ihren Kunden zählt. International hat die Gruppe über 1.100 Mitarbeiter. Weltweit produzieren ca. 30.000 Arbeitskräfte für das Detmolder Unternehmen.