

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 107 (2000)

Heft: 5

Artikel: Neues Markenlizensprogramm für KEVLAR in Sportbereich

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-678433>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Neues Markenlizenzprogramm für KEVLAR® im Sportbereich

Musterschutz war und ist ein heiss diskutiertes Thema in der Textil- und Bekleidungsindustrie. Die jährlichen Verluste durch "Raubkopien" lassen sich nur erahnen. Seit Jahren verfolgt DuPont eine intensive Marken-schutzstrategie. Um die Markenintegrität zu schützen sowie das Vertrauen in die Marke KEVLAR® beim Verbraucher zu sichern, kündigt DuPont Engineering Fibres ein neues Lizenzprogramm im Sportsegment an.

Dank eines von DuPont initiierten Marketingprogramms werden Sportler zukünftig in den Genuss von Markenartikeln mit KEVLAR® kommen. Das unter dem Titel "Power of Performance" gestartete Markenlizenzprogramm soll sicherzustellen, dass der Verbraucher ausschließlich Topprodukte erhält, in denen die Vorteile der Faser voll zum Tragen kommen. Das Programm sieht Allianzen von DuPont mit Markenartikelunternehmen vor, die sich im Sportbereich als innovative Premiummarke etabliert haben.

Lizenzverträge

Das neue Programm soll dazu dienen, die Marke KEVLAR® in neue Segmente einzuführen und ihren Gebrauch zu kontrollieren. Basis des Programms ist ein Lizenzvertrag, der es einem Hersteller erlaubt, den Markennamen KEVLAR® zu nutzen und öffentlichkeitswirksam einzusetzen. Voraussetzung für die Namensnutzung ist der Nachweis, dass das entsprechende Produkt über bestimmte eigenschaftsspezifische und hohe qualitative Anforderungen verfügt. Begleitet wird das Lizenzprogramm von einem Massnahmenkatalog, mit dem DuPont sicherstellt, dass der Gebrauch seiner Marke vereinbarungsgemäß erfolgt.

"In den vergangenen Jahren hat DuPont umfassende Marktuntersuchungen sowie integrierte Marken- und Marketingstrategien durchgeführt. Dabei haben wir die 'Marken-essenz' von KEVLAR® herauskristallisiert, die nun im Markt in konkrete Wettbewerbsvorteile umgesetzt werden soll," führt Alexander Metzger aus. "Wir wollen das zusammen mit führenden Marken in der jeweiligen Sportart umsetzen".

Power of Performance

Die im Rahmen des "Power of Performance" Markenlizenzprogramms weltweit geplanten

Aktivitäten betreffen zunächst hochwertige Bekleidung und Ausrüstung, die zum Beispiel für ambitionierte Sportsegler sowie für Outdoor-Aktive oder Motorradbiker angeboten werden. Gerade in den Bereichen der Hochleistungs-Sportswear und -Ausrüstung verfügt KEVLAR® über einen besonders hohen Imagewert. Einer in Europa durchgeführten Untersuchung zufolge sind 67 % der aktiven Segler dazu bereit, ein Preispremium für Segelbekleidung mit KEVLAR® zu bezahlen. 72 % der Motorradfahrer akzeptieren einen höheren Preis, wenn Handschuhe und Jacke oder Combi die Marke KEVLAR® tragen.

Kampf gegen Trittbrettfahrer

"KEVLAR® wird bei Anwendern und Verbrauchern mit 'Topleistung' assoziiert," erläutert Robert Schroots, der mit Alexander Metzger bei DuPont zusammenarbeitet. "Leider hat die Erfolgsstory von KEVLAR® in der Vergangenheit auch eine Reihe von Trittbrettfahrern auf den Plan gerufen. Vom Vertrauen, das der Verbraucher mit dem Markennamen KEVLAR® verbindet, haben sie profitiert. Es ist sogar vorgekommen, dass unser Markenname mit Produkten in Verbindung gebracht wurde, die niemals auch nur den Hauch von KEVLAR® gespürt haben. Mit unserem neuen Markenlizenzprogramm sorgen wir für Klarheit und beugen Markenmissbrauch vor."

Umfassendes Servicepaket

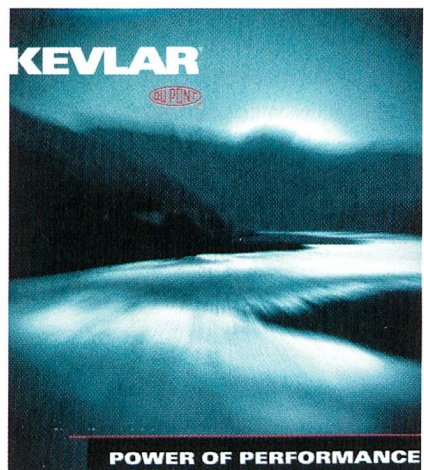
Das Markenlizenzprogramm wird von DuPont mit einem umfassenden Servicepaket unterstützt. Durch technische Hilfestellung in der Produktion und der Umsetzung von neuesten Ergebnissen aus Forschung und Entwicklung werden neue Systemlösungen gemeinsam erarbeitet. Kernpunkt der "Power of Performance" Marketinginitiative sind eine länderübergreifende Marktforschung, Abstimmung

von Merchandisingmaterial, PR-Aktivitäten und Schulungen sowie in Zusammenarbeit mit den Lizenznehmern entwickelte Verkaufsförderungsaktionen. "Wir konzentrieren unsere Kräfte auf Branding und strategische Partnerschaften mit Herstellern, die mit ihren eigenen Markenprodukten eine bedeutende Rolle im Markt spielen," erläutert Alexander Metzger die Strategie. Eine Vielzahl von innovativen Geweben von ausgewählten Webereien sorgt für stetige Weiterentwicklungen, mit denen massgeschneiderte Lösungen für neue, wegweisende Produkte realisiert werden können.

Wirksam ab 2001

Lizenzgebühren werden auf der Basis des Lieferpreises ab Markenherstellers berechnet. Sportartikelhersteller ohne Markenlizenzvertrag wird es zukünftig untersagt, den Markennamen KEVLAR® für werbliche und verkaufsfördernde Zwecke zu nutzen. In seiner vollen Tragweite wird das Programm mit Einführung der Kollektionen im Jahr 2001 wirksam werden. Das Programm wird von einer konsequent verfolgten Warenzeichenpolitik gestützt.

Um den Verbraucher über die Vorteile der KEVLAR® Hochleistungs-Technologie zu informieren und um die Leistungsfähigkeit der Marke hervorzuheben, wird zukünftig jedes von einem Markenlizenznehmer verkaufte Produkt mit KEVLAR® mit einem besonderen Hängeetikett gekennzeichnet sein. Ausschliesslich dieses Hängeetikett von DuPont darf als Hinweis auf die Marke KEVLAR® im Handel verwendet werden.



Hängeetikett für Produkte, die KEVLAR® enthalten