

# **Alcantara – Neue Konzepte Marke und Design im Einklang**

## **Alcantara: Spektakuläres Kultur-Engagement lädt die Marke weiter positiv auf**

Montag, 24.10.2016

Mit den Besten arbeiten, junge Talente fördern, sich für außergewöhnliche Theater- und Kunstprojekte engagieren – all dies bringt man heute mit der Marke Alcantara in Verbindung. „The company that never sleeps“ – so könnte man das Unternehmen beschreiben, das immer in Bewegung ist und voller Energie und positivem Flow auf sich aufmerksam macht.

Gerade wurde in einer spektakulären Ausstellung im Mailänder Palazzo Reale von neun internationalen Designern eindrucksvoll demonstriert, welche vielfältigen Möglichkeiten das faszinierende Material Alcantara bietet. Bei der Gestaltung vom „Zimmer des Prinzen“ brachte jeder Kreative seine persönliche Sicht auf die einzigartigen Facetten von Alcantara ein.

Und in Turin ist das Material Alcantara gerade in die aktuelle Inszenierung von „La Bohème“ mit eingebunden und findet sich sowohl im Vorhang als auch auf der Bühne und in den Kostümen wieder.

„Unsere Beziehungen zur internationalen Design-Szene sind ein integraler Bestandteil unserer Wettbewerbsstrategie geworden“, so Andrea Boragn, CEO und Chairman von Alcantara. „Wir arbeiten sowohl mit den Top-Kreativen als auch mit der aufstrebenden Avantgarde und freuen uns über die neuen Impulse, Ideen und Inspirationen im Zusammenhang mit dem Material Alcantara.“ Spannend ist das auch für die Möbelindustrie. Denn wie raffiniert und überzeugend Alcantara heute sowohl im Fashion- als auch im Automobilbereich eingesetzt wird, das lässt sich auch auf Polstermöbelbezüge übertragen. Allein die Farbauswahl mit den vielen tollen Nuancen sucht ihresgleichen.

Alcantara ist extrem weich und zugleich äußerst strapazierfähig. Das High-Tech-Produkt eignet sich damit perfekt als Bezugsmaterial für Möbel. Nicht umsonst findet sich Alcantara heute auf exquisiten Sofas genauso wie in edlen Luxuskarossen. Das innovative Material wird exklusiv von dem italienischen Unternehmen Alcantara S.p.A. hergestellt.

## **Wert der Marke gesteigert**

Wie man eine Marke aufbaut und positiv hinterlegt, dazu hat Andrea Boragno ganz eigene Vorstellungen, indem er auf Kultur-Sponsoring setzt und Alcantara eng mit der Design-Community vernetzt. Der Erfolg gibt ihm recht. Nach einer Analyse von Interbrand – internationaler Marktführer für Brand Consultancy – zur wirtschaftlichen Bewertung der Marke Alcantara liegt der aktuelle Markenwert von Alcantara bei 100 Mio. Euro. Dies bedeutet im Vergleich zur im Jahr 2006 ebenfalls von Interbrand vorgenommenen Evaluierung (6,5 Mio. Euro) eine Steigerung um das 15-Fache.

So fiel bei der Studie insbesondere auf, dass es der Marke gelingt, das Image der Objekte, in denen Alcantara zum Einsatz kommt, positiv zu beeinflussen. „Wir sind mit den Ergebnissen der Analyse sehr zufrieden“, erklärt Andrea Boragno. „Die Studie hebt als besondere Eigenschaft von Alcantara genau jene Werte hervor, auf die wir in den letzten Jahren verstärkt gesetzt haben: Spitzenqualität made in Italy, konkretes Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit – Alcantara ist seit 2009 CO2-zertifiziert und veröffentlicht seitdem jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht –, die Vielzahl an Möglichkeiten zur individuellen Gestaltung, die Sensorik und die privilegierte Beziehung zur weltweiten Design Community.“

Auch zur imm cologne und zur Deco Off in Paris im Januar 2017 erwarten die Besucher wieder spannende Inszenierungen des Materials Alcantara.

*Michaela Höber*

[Artikel als PDF herunterladen](#)

[zum Seitenanfang](#)