

## Reine Formsache: Dralon spinnt Acrylfasern

VON HEIKO SCHMITZ Rheinische Post | 31.08.2010

**Dormagen Wenn eine Marke und ein Produkt den gleichen Namen tragen, so dass Verbraucher bei Schnupfen beispielsweise zum "Tempo" greifen, obwohl es auch viele andere Taschentücherfabrikate gibt, haben die Marketing-Strategen ganze Arbeit geleistet.**

Auch bei der Dralon GmbH, die synthetische Acrylfasern vor allem für die Herstellung von Kleidung und Heimtextilien produziert, sind Produkt und Unternehmen namensgleich. Denn Dralon, 2001 aus der Bayer Faser GmbH hervorgegangen, produziert in Lingen/Emsland und im Chempark fast 190 000 Tonnen ‚dralon‘-Acrylfaser pro Jahr; die 300 Mitarbeiter in Dormagen steuern 120 000 Tonnen trocken gesponnenes "dralonX" bei. Grund genug, dem Image der Marke - und damit des Unternehmens - größere Aufmerksamkeit zu widmen: "Die Marke und das Produkt waren schon zu Bayer-Zeiten sehr bekannt", sagt Dralon Marketing-Chef Manfred Borchers. Dennoch wagte Dralon vor zweieinhalb Jahren einen so genannten "Relaunch", einen neuen Markenauftritt im Internet, auf Messen und in der Presse. "In unserem Fall trägt die Marke entscheidend zum Unternehmenswert bei - Dralon ist die weltweit einzige Marke bei Acrylfasern überhaupt." Eine Marke mit neuen Botschaften: Nicht allein die Qualität und Vielseitigkeit des Produkts "dralon", das auch als extrem strapazierfähiger Stoff für Gartenmöbel zum Einsatz kommt, zählt im Wettbewerb.

Da die Verbraucher zunehmend auf Umweltverträglichkeit achten und die Konkurrenz Bio-Baumwolle vermarktet, setzt auch Dralon auf das Thema Nachhaltigkeit - vor allem mit aktuellen Zahlen einer Studie über den "Carbon Footprint", also die CO<sub>2</sub>-Bilanz des Produkts. Ergebnis: "Wir können uns durchaus sehen lassen", so Borchers. So würden für die Produktion einer Tonne Acrylfaser lediglich fünf Kubikmeter Wasser benötigt, weit weniger als für die gleiche Fasermenge bei Baumwolle. Mit Blick auf den Rohstoff Acrylnitril, den Dralon über Pipelines direkt von Ineos bezieht, und die Logistik, bei der mit Spediteuren kooperiert und immer mehr Material auf die Schiene verfrachtet wird, macht "dralon" eine ebenso gute Figur wie in Textilien: "Es gibt kaum Winterdamenmode, in der Dralon nicht dafür sorgt, dass sie formstabil und farbecht bleibt", sagt Petra Müller-Böttcher, bei Dralon zuständig für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

In Zukunft will Dralon nicht nur die Funktionalität von Kleidung erhöhen. "Wir gehen verstärkt in die Entwicklung technischer Produkte wie Fasern für Spezialfilter in Schutzmasken oder für die Anwendung in der Automobilindustrie", sagt Manfred Borchers.

