



FAIRWAY

Golf-News

[Turnier-Splitter](#)
[Golfurlaub](#)
[News-Archiv](#)

[Austrian Golf Open](#)

[Ryder Cup, The Open](#)

[St.Andrews](#)

[Muirfield](#)

[Royal Troon](#)

[Trump Turnberry](#)

[Forum](#)

[Mitglieder-Verzeichnis](#)

[Golfpartner-Börse](#)

Spielberichte

[Alle Golfclubs in Ö](#)

[Golfhotels in Ö](#)

[Golf Lessons](#)

[Golf Bild](#)

[Golf Kommentar](#)

[Aktueller Golfwitz](#)

[Aktuelles Golfzitat](#)

[Golf-Shop](#)

[Golf-ABC](#)

[Golfbücher](#)

[Links](#)

[Partner](#)

[Datenschutzerklärung](#)

[Nutzungsbedingungen](#)

[Werbung](#)

[Impressum](#)



**Privatsphäre
Einstellungen**



News-Archiv

TaylorMade repositioniert Maxfli als Long-Distance Golfball Marke

John Daly als Werbeträger verpflichtet



14.12.2006 "Es braucht mehr als großartige Produkte um als Golfequipmenthersteller erfolgreich zu sein", sagt **Mike Ferris**, Senior Director of Product Marketing für **TaylorMade** und **Maxfli**. "Es bedarf auch einer klaren Positionierung und einer Stimme, die diese Positionierung den Kunden glaubhaft vermittelt. Wir glauben, daß jetzt die richtige Zeit zur Repositionierung von Maxfli gekommen ist".

Oder anders ausgedrückt: Das, was wir mit Maxfli bisher gemacht haben, war nicht erfolgreich - also probieren wir was anderes.

Das ist OK so, dass machen alle smarten Firmen so.

TaylorMade wollte mit Maxfli den Titleist Pro V1 angreifen

TaylorMade hat vor Jahren Maxfli gekauft. TaylorMade hat gekämpft um am Golfball Markt mit der Eigenmarke TMaG erfolgreich zu sein, während Maxfli eine etablierte Marke mit einem guten Namen war. Mit der neu gekauften Marke Maxfli wollte TaylorMade den Marktführer **Titleist's Pro V1** angreifen, was aber letztendlich nicht gelang - die Verkaufszahlen waren zu schlecht.

Maxfli soll die "Long Ball Rebellen" ansprechen

Jetzt sich hat TaylorMade dazu entschlossen, die Marke Maxfli als Long-Distance Ball zu positionieren, die vor allem die "Long Ball Rebellen" ansprechen soll. Laut TaylorMade sind "Long Ball Rebellen" Spieler, die die Länge des geschlagenen Balles über alle anderen Aspekte ihres Golfspiels stellen. Und da macht es natürlich auch Sinn, **John Daly** als Werbeträger zu verpflichten. John Daly hat jahrelang die "Longest Drive" Wertung der **US PGA Tour** angeführt. Im Unterschied zu Long-Distance Marke **Maxfli** bleibt die TaylorMade eigene Marke **TMaG** als Premium Marke positioniert.

Longhitter John Daly "grip it and rip it" als Testimonial

Maxfli wird weiterhin seinen bekanntesten Ball, den Noodle anbieten, aber zusätzlich zwei neue Bälle, die der neuen Positionierung entsprechen, im Portfolio haben:

Maxfli Fire: Der "Premium Performance Ball"

Maxfli PowerMax: Angeboten in zwei Varianten, den **PowerMAX Distance** und **PowerMAX Soft Distance**. TaylorMade beschreibt die Zielgruppe für den PowerMax als "Spieler, die John Daly und seine Kraft bewundern und so wie John Daly dem Motto "grip it and rip it" huldigen. Diese Spieler wollen alle Par 5 mit zwei Schlägen erreichen, man trifft sie auf der Driving Range aber nicht am Putting Green.

Zum Nachlesen:

Homepage [Maxfli](#)

Artikel kommentieren

Schriftgröße auf dieser Seite ändern:



Fotoalbum mit über 5.000 Golffotos



Fairway2Hotel Online Gutschein App

Warum volles Greenfee zahlen wenn's auch um die Hälfte geht ?
» [weiter ...](#)

Spielberichte

Fotos, Spielberichte und Kommentare von rund 200 Golfplätzen im In- und Ausland
» [weiter ...](#)



druckerfreundliche Version



suchen



top