

O nouă identitate vizuală: cel mai important proces de rebranding realizat de DB Schenker în ultimii 10 ani

6 iunie 2020



Noul design corporativ consolidează punctele forte ale companiei • Furnizorul de logistică B2B se concentrează pe apelul emoțional • Mai multă diferențiere, relevanță și accesibilitate datorită unor opțiuni diversificate de imagini și culori • Redefinirea celui mai internațional brand din cadrul Grupului DB.

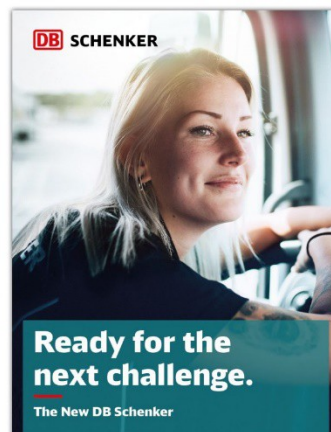
Essen, 05 iunie 2020 – DB Schenker își dezvoltă brandul cu o nouă identitate vizuală. Tranziția la un nou limbaj vizual al liderului de transport și logistică are ca scop crearea unei experiențe de brand captivantă și diferențiatorie. Utilizarea logo-ului a fost adaptată, iar elementele principale de identitate corporativă au fost revizuite în mod fundamental. Este cea mai extinsă re poziționare a mărcii DB Schenker din ultimii ani.

Jochen Thewes, CEO al DB Schenker: „Diversitatea, munca în echipă, spiritul inovator sunt ceea ce ne diferențiază. Clienții noștri știu ce putem face și ce ne diferențiază de concurență. Cu noul nostru limbaj vizual, vom putea acum să prezentăm mai bine aceste puncte forte. Prin urmare, am decis să facem ca brandul nostru să se evidențieze mult mai mult de aspectul comun al industriei logistice”.

Old Brand Design



New Brand Design



În primul rând, paleta de culori a fost revizuită în mod semnificativ: albastru, care este utilizat pe scară largă în industrie, este abandonat. În schimb, Teal (turcoaz) este folosită ca nuanță de bază actuală și modernă. Introducerea acestui nou tip de culoare subliniază, de asemenea, eforturile și obiectivele DB Schenker pentru o logistică sustenabilă.

Noua identitate vizuală se reflectă și în reprezentarea fotografiilor corporate. Noile imagini prezintă în principal angajați ai DB Schenker „Eroi autentici ai logisticii”.

Unele dintre noile fotografii au fost realizate de fotograful Thomas Straub, din München, ale cărui abilități în povestirea identității vizuale întâlnesc în mod ideal ideea centrală a noii imagini de brand a DB Schenker.

Ca parte a noului design corporativ, utilizarea logo-ului DB Schenker este, de asemenea, mult mai flexibilă, deoarece utilizarea obligatorie a unui fundal alb nu mai este necesară. Aceasta se aplică atât pentru „Schenker”, cât și pentru însemnele „DB” al Deutsche Bahn AG.

Anunțul privind noua identitate vizuală a fost precedat de multiple prezentări, seminarii web și sesiuni de training pentru a permite introducerea simultană a noului aspect unitar în peste 130 de țări din întreaga lume. O nouă sesiune la nivel global este planificată în mai multe etape în lunile următoare.

Despre DB Schenker în România

Cu 4 sucursale, peste 60 de puncte de lucru situate în toate regiunile țării și peste 1,000 de angajați, DB Schenker este un furnizor de top în industria de transport și logistică la nivel național.

Compania oferă o gamă completă de servicii de transport și logistică (rutier: camioane complete și parțiale, transporturi în regim de grupaj, operațiuni aeriene, maritime și feroviare, logistică contractuală – managementul lanțului de aprovizionare, târguri și expoziții, servicii de relocare, asigurare cargo, servicii vamale și operațiuni portuare), adaptate la nevoile partenerilor săi.

Despre DB Schenker

DB Schenker este un furnizor global de servicii logistice și de transport, cu peste 76,200 de angajați în 2,100 de locații. Schenker & Co AG din Viena servește drept sediu de coordonare regional pentru operațiunile din Sud-Estul Europei, acoperind 14 țări cu 5,500 angajați.

Sursa: debizz