

Pressemitteilung

Bytow/Polen, den 01. Dezember 2016

DRUTEX verpasst sich neuen Markenauftritt

Einer der führenden Fensterhersteller in Europa stellt seine Kommunikation optisch wie strategisch globaler auf

DRUTEX, einer der führenden Hersteller für Fenster in Europa, runderneuert seinen Markenauftritt und führt in diesem Zuge neben einem neuen Logo auch einen neuen Unternehmens-Claim sowie Corporate Design ein. Die Maßnahmen finden im Rahmen eines breit angelegten Strategiewandels anlässlich des 30-jährigen Bestehens sowie der in dieser Zeit kontinuierlich vorangetriebenen, weltweiten Expansion statt.

1994



2006



2016



In den letzten Jahren investierte DRUTEX vorrangig in die Steigerung der eigenen Markenbekanntheit. Vor allem in wichtigen Märkten wie Deutschland gelang es dem Unternehmen, sich zügig ein vertrauenswürdiges und nachhaltiges Markenbild bei steigender Präsenz sowohl unter Verbrauchern als auch dem Fachpublikum zu erarbeiten. Der nun folgende Schritt soll dazu beitragen, die Werte und Kompetenzen des Unternehmens noch stärker in die Kommunikation einzubinden. Zudem gilt es das Markenbild global zu vereinheitlichen und zu stärken. Die Antwort darauf liegt in der Einführung des neuen Corporate Designs einschließlich des Claims „Engineered for you“, welcher weltweit das Image und die Charakteristik der Marke weiter prägen soll.

Das neue DRUTEX Logo baut auf dem seit 1994 in der Unternehmenskommunikation eingesetzten Motiv und verbindet es mit dem heutigen Anspruch an Moderne und schlichte Eleganz. Bei der Gestaltung galt es sowohl eine gute Lesbarkeit zu gewähren als auch der Bildmarke eine beschreibende Rolle zu kommen zu lassen. So steht das „D“

nicht nur für den Markennamen, sondern repräsentiert in seinem Inneren auch die wichtigste Produktgruppe von DRUTEX, das Fenster. Dabei greift das Gelb noch einmal auf das frühere Corporate Design zurück, ergänzt wird dieses zukünftig jedoch durch ein klares und ansprechendes Schwarz.

„Unser neues Logo steht für den hohen Anspruch und die Qualität, die wir täglich an uns und die von uns entwickelten Produkte stellen. Dabei ist die neue klare Ausrichtung sinnbildlich für unsere Entwicklung. Das Logo muss zukünftig noch stärker in all den Märkten, in denen wir weltweit aktiv sind, funktionieren, um die Werte unserer Marke optimal wiederzugeben“, erklärt Adam Leik, Marketing Director von DRUTEX.

Neben dem optischen Wechsel von Logo und Corporate Design stellt die Einführung eines einheitlichen Claims ein weiteres Novum dar. „Engineered for you“ ist die Folge der starken Expansion des Unternehmens in den letzten Jahren. Dabei hebt der Leitspruch die Entwicklungskompetenz des Unternehmens auf der einen Seite hervor und steht zudem für die breite Auswahl und hohe Individualisierbarkeit des Portfolios auf der anderen. Er kommuniziert den eigenen Anspruch von DRUTEX, Kunden auf der ganzen Welt moderne und technologisch ausgereifte Produkte auf höchstem Niveau in Form von maßgeschneiderten Lösungen zur Verfügung zu stellen.

„Mit einem einheitlichen Leitspruch in englischer Sprache möchten wir unsere globalen Ambitionen noch deutlicher unterstreichen. Zusätzlich wird der hohe Grad an Individualisierbarkeit unseres Sortiments verdeutlicht. Denn alle unsere Produkte können exakt an die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden weltweit angepasst werden. Es ist schön zu sehen, wie sich DRUTEX in den letzten 30 Jahren von den Anfängen bis heute zu einem Global Player entwickelt hat. Und die neu geschaffene Kommunikationsbasis bildet nun die Grundlage auch zukünftig so dynamisch und kontinuierlich zu wachsen, wie wir es bisher getan haben“, resümiert Leszek Gierszewski, Vorstandsvorsitzender von DRUTEX.

Das neue Logo kann sowohl mit als auch ohne Claim verwendet werden. Die Maßnahmen werden nun sukzessive bis Jahresende in die Kommunikation Einzug halten. Ebenfalls wird DRUTEX sämtliche Werbekommunikation auch innerhalb des gesamten Netzwerks von rund 3.500 Vertriebspartnern weltweit etablieren. Für die weltweite Einführung plant das Unternehmen einen Zeitraum von rund zwei Jahren ein. In wichtigen Kernmärkten wie Deutschland, Polen oder Italien wird die Einführung bereits im ersten Quartal 2017 mit einer breit angelegten Werbekampagne begleitet. Dabei wird die Kampagne nicht nur die neue optische Richtlinie hervorheben, sondern auch das moderne Produktangebot und dessen funktionale Kernmerkmale fokussieren.

Über DRUTEX

DRUTEX wurde 1985 als Hersteller von Maschendrahtzäunen gegründet. Das innovationsreiche Familienunternehmen setzte seinen Schwerpunkt schnell auf die

Produktion von Fenstern und wird durch sein rund 50 Millionen Euro teures Europäisches Bauelementezentrum über ein Produktionspotential von bis zu 7.000 Fenstern pro Tag verfügen.

Des Weiteren entwickelt und produziert DRUTEX eigene Fensterprofile und stellt Fenster und Türen aus Holz und Aluminium sowie Brandschutztüren, Rollläden und eigenes Isolierglas her. In Deutschland verfügt das Unternehmen über ein starkes Händlernetz und bietet am Firmensitz mehr als 2.700 Mitarbeitern einen modernen und sicheren Arbeitsplatz.

Das Unternehmen zeichnet sich neben hoher Produktqualität durch seine einmalige Lieferzeit von nur 7 Tagen innerhalb ganz Europas aus, die nicht zuletzt durch die rund 220 Fahrzeuge starke Flotte gewährleistet wird.

Für mehr Informationen:

ITMS Marketing GmbH

Mathias Mandler

mathias.mandler@itms.com

DRUTEX S.A.

Adam Leik

MARKETING DIRECTOR

marketing@drutex.com.pl

www.facebook.com/DrutexDE

Bitte verwenden Sie im Rahmen Ihrer Berichterstattung bei Website-Verweisen www.drutex.de.