

Offizieller Start erfolgte zum Jahreswechsel / Schrittweise Umstellung an Fassaden und in Showrooms

Etwas mehr Fläche, dunkleres Rot – Miele gibt seinem Logo ein neues Gewand

Gütersloh, 4. Januar 2018. – Der Familienkonzern Miele hat das zentrale optische Element seines Markenauftritts weiterentwickelt – die Gestaltung des Logos. Konkret ist die Rotfläche („Fond“) um den charakteristischen Schriftzug jetzt etwas vergrößert und – von den Proportionen her – höher. Zugleich weicht das traditionelle „Signalrot“ einem dunkleren Ton, der bereits seit mehreren Jahren die Präsentation der Marke Miele im Handel prägt. Die Wortmarke selbst, mit dem markanten „M“ und dem geneigten Punkt auf dem „i“, bleibt unverändert.

„Im Ergebnis wirkt unser Logo noch großzügiger und wertiger, dies aber bei der gebotenen Wahrung der Kontinuität“, sagt Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Miele Gruppe. Die leicht veränderte Proportion gebe dem Schriftzug mehr Luft, und die farbliche Angleichung von Logo und Shop-Ausstattung ermögliche einen noch harmonischeren Gesamtauftritt im Handel. Vor allem für digitale Formate wie Websites und Apps werde die Anwendung erleichtert und ergäben sich neue Möglichkeiten, so Kniehl weiter.

Die bislang verwendete Gestaltung des Logos hatte fast 20 Jahre Bestand. Offizieller Start für die Neuerung ist der aktuelle Jahreswechsel. Die weltweite Umstellung wird sich über einen gewissen Zeitraum erstrecken. Insbesondere der bauliche Austausch fest installierter Logos an Fassaden und in Showrooms wird schrittweise und mit praktikablen Übergangsfristen erfolgen. Axel Kniehl: „Mit dieser behutsamen Anpassung des Logos tragen wir der Einheitlichkeit unseres Markenauftritts, über alle Kundenkontaktpunkte, zeitgemäß Rechnung.“

(240 Wörter, 1.775 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Medienkontakt:

Carsten Prudent

Telefon: +49 (0)5241/89-1951

E-Mail: carsten.prudent@miele.com

Über das Unternehmen: Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten für die Produktbereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen/Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- sowie Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Waschmaschinen und Wäschetrockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte für medizinische Einrichtungen und Laboratorien („Miele Professional“).

Das 1899 gegründete Unternehmen unterhält acht Produktionsstandorte in Deutschland sowie je ein Werk in Österreich, Tschechien, China und Rumänien. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2016/17 rund 3,93 Milliarden Euro, wovon 70 Prozent außerhalb Deutschlands erzielt wurden. In fast 100 Ländern ist Miele mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt das in vierter Generation familiengeführte Unternehmen etwa 19.500 Menschen, 10.900 davon in Deutschland. Der Hauptsitz des Unternehmens ist Gütersloh in Westfalen.

Download Text: www.miele-presse.de

Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/Miele_Presse 