

De'Longhi

Modernisiertes Brand Design

Dienstag, 09.03.2021

Die Marke De'Longhi modernisiert ihren Auftritt und präsentiert sich 2021 mit einem neuen Brand Design, das De'Longhis Selbstverständnis als moderne, emotionale Premiummarke und Kaffee-Autorität widerspiegeln und alle Markenelemente umfassen soll – vom Logo über 3D-Visualisierungen und Videos, in denen Vision und Mission der Marke hervorgehoben werden, bis hin zu maßgeschneiderten Fonts und einer unverwechselbaren Farbpalette.

Im Jahresverlauf findet das moderne Brand Design Eingang in alle Bereiche und Touchpoints – von Digital, über die Integration am POS bis hin zum Verpackungsdesign der Produkte. Der Startschuss für den Rollout fällt mit dem Launch der ebenfalls neugestalteten und modernisierten Webseite.

„Das neue Brand Design reflektiert unser grundlegendes Markenverständnis, denn in der DNA De'Longhis vereint sich die Neugier an technischen Innovationen mit der Leidenschaft für ansprechendes, italienisches Design“, erläutert Markus Schwichtenberg, Brand Manager De'Longhi. „Bei allem was wir tun geht es darum, alltägliche Erlebnisse wie zum Beispiel die Zubereitung eines Kaffees in besondere Augenblicke und Genussmomente zu verwandeln.“

Bei der Adaption des Logos hat sich De'Longhi bewusst für eine graduelle Anpassung entschieden. „Mit dem neuen Design wollen wir zeigen, dass wir unsere Marke, Produkte und Services stetig weiterentwickeln, aber an den traditionellen, italienischen Wurzeln festhalten“, so Schwichtenberg. „Gleichermaßen steht es für das, was wir heute sind und auch in Zukunft sein möchten – ein dynamisches und innovatives Familienunternehmen, eine Autorität in der Branche und Experte für den perfekten Kaffeegenuss.“

Das neue Erscheinungsbild ist in der Zusammenarbeit mit Landor & Fitch entstanden, einem globalen Beratungsunternehmen. Antonio Marazza, General Manager von Landor & Fitch Mailand, kommentiert: „Die strategische Herausforderung war es, De'Longhi eine maßgebliche und unverwechselbare Rolle innerhalb der belebten Kaffee-Gesprächslandschaft zu geben. In der Evaluierung haben wir festgestellt, dass die wahrgenommene Qualität des Kaffees hauptsächlich von den Bohnen abhängt. Doch niemand spricht über den Verarbeitungsprozess – obwohl dieser für den perfekten Kaffeegenuss unerlässlich ist. Ausgehend von dieser Erkenntnis haben wir die neue De'Longhi-Markenidentität und das Storytelling entwickelt.“

Modernisiertes Brand Design

Links

- [De'Longhi](#)