

Modern, frisch und kreativ

Das neue Erscheinungsbild von Zaunteam



Yves Helbling

Ambition

Was einst mit einer einzigen Niederlassung in Neftenbach, im Nordosten der Schweiz begann, ist 25 Jahre später zu einem Unternehmen mit 77 Franchisenehmern in Deutschland, der Schweiz und Österreich angewachsen. Heute ist Zaunteam Marktführer in der Zaunbranche im deutschsprachigen Europa und setzt auf weiteres Wachstum. Um diesem ehrgeizigen Ziel Nachdruck zu verleihen wurde entschieden, dass das Erscheinungsbild des Unternehmens ebenfalls weiterentwickelt werden musste.

Logo

Eine solche Weiterentwicklung wirft die logische Frage auf, was mit dem ersten Logo eventuell nicht in Ordnung war? "Das erste Logo von Zaunteam war sehr gut," sagt Marketingmanager Yves Helbling. "Es hat unglaubliche Dienste geleistet, wodurch ein sehr hoher Bekanntheitsgrad erreicht werden konnte. Bei unterschiedlichen Recherchen sowie einer umfassenden Kundenumfrage zeichnete sich jedoch ab, dass das erste rot-schwarze Logo mit den handschriftlichen Buchstaben nicht mehr zeitgemäss, gar altmodisch und als schlecht lesbar wahrgenommen wurde."



FOTO: © ANDREAS HARDEGGER

DIE EINFÜHRUNG EINES neuen Erscheinungsbildes bedeutet mehr, als nur ein neues Logo zu entwerfen. Erst recht, wenn sich das Unternehmen aus 77 Franchisenehmern zusammensetzt. Zaunteam nahm sich für die Entwicklung des völlig neuen Erscheinungsbildes drei Jahre Zeit und enthüllte es am Montag, den 3. März 2014.

VON FLORIS DOGTEROM

Am ersten Märzwochenende wurden dann bei allen Niederlassungen und der Zentrale alle Vorlagen und Kommunikationsmedien im visuellen Bereich wie

Beschriftungen, Drucksachen und andere Werbemaßnahmen ausgewechselt. Am Montag, den 3. März kamen dann alle Mitarbeiter in neuer Arbeitskleidung und mit neu beschrifteten Autos zur Arbeit.



Ausstrahlung

Bei der Suche nach einem neuen Erscheinungsbild begab sich Zaunteam nicht auf dünnes Eis. Der Entwicklungsprozess vom Anstoss bis zur Ausführung dauerte insgesamt etwa drei Jahre. Dabei arbeitete ein Team mit Vertretern der Franchisenehmer eng mit der Zentrale und einer Designagentur zusammen. In diversen Besprechungen und Workshops wurden zahllose Möglichkeiten erarbeitet und wieder verworfen, so Helbling. *“Es ist äußerst wichtig, dass der Auftritt einer Unternehmung die Unternehmenswerte vermittelt. Das Erscheinungsbild, das Corporate Design spielt darin eine Schlüsselrolle. Dies ist der Grund, warum diesem Projekt so viel Aufmerksamkeit geschenkt wurde.”*

Webseite

Auch die Website wurde komplett neu gestaltet. Helbling: *“Die klare und einfache Konzeption, bei der die Partner sowie die Produkte, die Referenzen und die Montage im Fokus stehen, garantiert eine große Benutzerfreundlichkeit. Die Eingabe der eigenen Postleitzahl auf der Startseite führt zum Beispiel direkt auf die Inhalte des Partners der betreffenden Region.”*

Akzeptanz

“Das Resultat kann sich sehen lassen,” bestätigt Helbling. *“Das neue Logo erlangt dank der hellen Farben und den klaren Linien und Buchstaben einen hohen Wiedererkennungswert. Es erscheint modern, frisch sowie dynamisch und repräsentiert damit die Firmenphilosophie von Zaunteam.”* Er sagt, dass das neue Erscheinungsbild gut aufgenommen worden ist. *“Einige Franchisepartner waren skeptisch, was jedoch bei einer Umstellung dieser Größe absolut verständlich ist. Die Akzeptanz ist jedoch heute schon sehr groß, auch unter den Kunden.”* ■

