

Wie Wasser und Luft, Sonne und Himmel zum Markenzeichen werden.

SAUTER auf dem Weg zur Markenpersönlichkeit



Dipl.-Ing. Jean Schwartzentruher
Executive Vice President/Marketing and Sales

SAUTER
Für Lebensräume mit Zukunft.

Natürlich bewegte Schwünge – im Stile von Wasser, Luft und Sonne – verbinden sich mit den traditionellen Schriftzug: Das SAUTER Markenzeichen vermittelt Vertrauen und Aufbruch in einem.

Wann wird ein Unternehmensname zur Marke? Wenn es sich allein um einen Imagewechsel handelt, ist die Antwort eindeutig: nie! Immer geht es dabei um Identität und Wahrhaftigkeit, aber auch um ein Leistungsversprechen, das auf allen Ebenen des Unternehmens eingehalten werden muss. Diesen Weg hat sich SAUTER zum Ziel gesetzt und will ihn zur erfolgreichen Marke gehen.

Wenn eine Marke zu sprechen beginnt.

Dass SAUTER seit nahezu 100 Jahren erfolgreich im Markt agiert, weiss man. Dass damit Lösungskompetenz mit hervorragender Energieeffizienz verbunden ist, erfahren Kunden und Geschäftspartner in der täglichen Zusammenarbeit. Dass sich SAUTER der Einbindung erneuerbarer Energien verschrieben hat, spricht sich rum. Doch spricht die Marke SAUTER die gleiche Sprache? Auf den ersten Blick und deutlich in ihren Aussagen? Die Antwort ist eindeutig: Ab sofort ja! Mit der unternehmensstrategischen Ausrichtung jedoch, der klaren Vision, beginnt auch hier die viel versprechende Zukunft für SAUTER.

Wann haben Lebensräume eine Zukunft? Oder besser: Wo?

So soll dem Unternehmenserfolg auch die Etablierung als Werte erklärende Marke folgen. Hat SAUTER doch die besten Voraussetzungen. Unser Leistungsangebot als Spezialist differenziert sich. Dahinter steht eine Idee, die Kunden und Mitarbeiter begeistert. Das Unternehmen hat Substanz, das Unternehmenszeichen Tradition. Wenn Gebäudemanagementlösungen einerseits innovative Technik für ein Mehr an Komfort und Wohlbefinden beinhalten und gleichzeitig den Energieverbrauch drastisch senken, dann ist das gut für alle Lebensräume. Für die der Menschen, die der Gebäude und die der Natur, die es für nachfolgende Generationen zu schützen gilt. Dieses Leistungsversprechen mündet in der Botschaft, die zukünftig in einem Atemzug mit dem Markennamen SAUTER genannt werden soll: «Für Lebensräume mit Zukunft.». Ein Bekenntnis des Spezialisten, das vor allem den Vorsprung hinsichtlich Energieeffizienz gegenüber denen, die Total Solutions anbieten, in den Vordergrund stellen sollen.

Von Gesichtern und Kleidern in Blau-Gelb.

An dieser Aussage wurde der gesamte Markenauftritt ausgerichtet. Begonnen beim Logo, das sichtbar die Tradition und das Vertrauen im Schriftzug enthält und zugleich die natürlichen Farben des Wassers, der Luft und der Sonne in der Bildmarke vereint. Die Grundzüge des Corporate Design – neu definiert – vereinen starke Markensignale zur schnellen Wiedererkennung und vor allem zur stringenten Kommunikation. So werden sie Ihnen immer wieder begegnen: der SAUTER Himmel, der SAUTER Bogen und die unnachahmliche SAUTER Tonalität, die von Leben und Nachhaltigkeit erzählt. Das Gesicht der Marke bekommt Leben eingehaucht, wird zur echten Persönlichkeit mit Charakter. So geht SAUTER ab 6. April – dem Beginn zur light + building – in Frankfurt in einem neuen Kleid an den Start. Nach fast einem Jahr Markenentwicklung. Doch was ist ein Jahr beim Aufbau einer wahrhaften Markenkommunikation?

Mehr als ein Versprechen.

In den kommenden Jahren geht es um kontinuierliche Markenpflege. Damit sie wahrgenommen wird, damit Kunden und Partner die richtigen Leistungen mit SAUTER assoziieren. Dass diese verbindlich sind, dafür sorgen Mitarbeiter jeden Tag von Neuem. Nur so wird ein Unternehmensname zu einer echten Marke, mit der Menschen Werte verbinden, aber auch Emotionen und Identifikation erleben. Wenn SAUTER so selbst zum Lebensraum wird, dann ist das Projekt «Marke» gelungen. Darauf sind wir vorbereitet.

