



PRESSEINFORMATION

Glasurit mit neuem Auftritt.

Euro RSCG profiliert die Premium-Marke der BASF Coatings

Münster, 18. Januar 2010. Wer kennt ihn nicht, den Papagei von Glasurit? Seit 1924 ist der bunte Ara das Markenzeichen der weltweit erfolgreichen Premium-Marke der BASF Coatings für Autoreparaturlacke. Jetzt soll der Premium-Charakter der Marke Glasurit mit einem neuen Design weltweit noch stärker in den Fokus gerückt werden.

Die kreative Lösung dazu kommt von Euro RSCG Düsseldorf. Deren Kernidee ist es, die Grundpfeiler des Markendesign, Premium-Qualität und das Markenzeichen, mit schönen lackigen Autos zu verbinden. Sinnliche Dynamik vermittelt dabei ein visualisierter Flügelschlag des Aras, der den Glanz des Lacks entstehen lässt.

Nahezu 15 Jahre lang hatte das bisherige Markendesign von Glasurit gute Dienste geleistet. Mit wachsendem Produktportfolio und zunehmender Internationalisierung wurde es immer wieder neuen Anforderungen angepasst – das Bild der Marke büßte so notwendigerweise an Klarheit und Schärfe ein. Julia Brinker, die bei BASF Coatings unter anderem für den Markenauftritt von Glasurit verantwortlich ist beauftragte daher die Agentur EURO RSCG in Düsseldorf mit einer neuen Designentwicklung. Gleichzeitig blieb die Hausagentur in Münster, die Corporate Werbeagentur, beauftragt, das neue Konzept auf die landesspezifischen Besonderheiten im Tagesgeschäft anzupassen.



Moderner und dynamischer sollte der neue Auftritt sein, einen konsistenten Markenauftritt rund um den Globus ermöglichen, international verständlich und anwendbar sein und die Marke Glasurit als Premium-Marke ausweisen.

EURO RSCG hat Anzeigenmotive zu allen Kernbereichen von Glasurit entwickelt: von der allgemeinen Imageanzeige bis zu den Bereichen Betriebsunterstützung und Nutzfahrzeuge. Selbst ein Anzeigenmotiv für Oldtimerfreunde ist dabei, der einzige Bereich, in dem Glasurit auch in der direkten Kommunikation zum Endkunden mit dem Konzept Classic Car Colors unterwegs ist.

In der Bildsprache dominieren Dynamik und der Premium-Charakter, im Text stehen die Begriffe Effizienz und Kundennutzen im Vordergrund. Das macht auch der Claim deutlich, der bereits im alten Design die Marke auf den Punkt brachte: ProFit mit Glasurit. Die Produkte und Dienstleistungen von Glasurit haben nicht nur Premium-Qualität, sie unterstützen die Werkstätten auch dabei, effizienter zu arbeiten, mehr zu verdienen und im Wettbewerb die Nase vorn zu behalten.

EURO RSCG hat das neue Design für viele Kommunikationsmittel durchdekliniert, von der Anzeige bis zum internationalen Kundenmagazin Glasurit express. Das Team bei Euro RSCG: Matthias Marstaller (Beratung), Oliver Hilbring (Kreation).

Für die Adaption in das weltweite Tagesgeschäft holte Julia Brinker den Geschäftsführer und kreativen Kopf der Corporate Werbeagentur, Martin Heppner, mit ins Boot. Seine Agentur hat in den vergangenen 10 Jahren für Glasurit zahlreiche Werbemittel gestaltet und zeichnet vor allem für das internationale Kundenmagazin Glasurit express verantwortlich.



Nach einem Jahr Arbeit ist Julia Brinker mit dem Ergebnis mehr als zufrieden: „Das neue Design sieht edel aus, ist einfach zu handhaben und wird unserer Positionierung als weltweit erfolgreicher Premium-Marke absolut gerecht.“

Glasurit

Seit 1898 steht der Name Glasurit für hochwertige Lackerzeugnisse aus Deutschland. Von einer anfangs breiten Produktpalette mit Lacken für unterschiedliche Anwendungen kommend, hat sich Glasurit als Marke der BASF Coatings im Laufe der Zeit auf Autoreparaturlacke konzentriert. Kunden sind unabhängige und markengebundene Autoreparaturwerkstätten, die je nach Land direkt oder mittels Händler beliefert und betreut werden. Stammland von Glasurit ist Deutschland, darüber hinaus ist Glasurit in fast allen Märkten weltweit erfolgreich, unter anderem auch in Brasilien, Südafrika, dem Mittleren Osten, China und Indien. Unter der Marke Glasurit wird auch das LKW-Geschäft sowie das After Sales-Geschäft der großen Key Accounts betreut. Der Ara ist seit 1924 das sympathische Markenzeichen von Glasurit.

Euro RSCG Worldwide ist eine der weltweit führenden Agenturen für integrierte Markenkommunikation und mit 233 Büros in 75 Ländern vertreten. Über 12.000 Mitarbeiter arbeiten hier für die Kommunikation von Unternehmen, Organisationen und Konsummarken.

Ansprechpartner für Rückfragen:

Andreas Geyr

Chief Executive Officer

Euro RSCG Deutschland

T: 0211/9916-303

E: andreas.geyr@eurorscg.de