



Company News

NEUER MARKENAUFTRITT

Mehr als ein Facelift

31.10.2022 , 1 Min. Lesedauer

FOTOGRAFIE / ILLUSTRATION

Ivan Kimit, Pinkcoffee Studio, Pieraa Agentur, Agentur MKS

TITELFOTO

Wichtigstes Element des neuen Corporate Designs ist ein Kreis, der sich aus zwei Bögen zusammensetzt.

Zeitgleich mit der strategischen Neuausrichtung des Konzerns (siehe Artikel [Der Kreis schließt sich](#)) gibt sich die SalzGitter AG auch eine neue Identität. Dies betrifft vor allem das Logo, welches so weiterentwickelt wurde, dass es den Circularity-Gedanken noch prägnanter transportiert: Die beiden bisher genutzten Kreissegmente nähern sich nun stärker einer geschlossenen Form an. Frischere Farben und eine modernere

Schrift sorgen für einen insgesamt zeitgemäßen Look. Die wichtigste und augenfälligste Veränderung betrifft den Unternehmensclaim: Aus „Stahl und Technologie“ wurde „Mensch, Stahl und Technologie“. Damit wird die herausragende Rolle gewürdigt, die der Mensch – also Mitarbeitenden, Kunden und Partner – als dynamischer Treiber und zentraler Erfolgsfaktor einnimmt.

„Die Anpassung unserer Markenidentität an die neue Strategie ist eher eine Evolution als eine Revolution“, betont Frank Seinsche, der die Transformation als Leiter Corporate Design & Events auf Konzernseite gesteuert hat. „Uns war es wichtig, auf unseren bestehenden Stärken aufzubauen und diese schlüssig weiterzuentwickeln, statt uns einfach nur einen ‚grünen Anstrich‘ zu geben.“ Zum ganzheitlichen Markenauftritt gehört weit mehr als nur das Logo: Definiert wurden zudem eine neue emotionale Bildwelt und ein prägnantes Layoutraster.

Umfassende Implementierung

Bei der Umsetzung lautete das Motto „Digital First“, da sich der Online-Auftritt und die Präsenz in sozialen Medien schnell und vergleichsweise einfach umstellen ließen, wie Seinsche erklärt. „Aufwändiger ist der Prozess hingegen überall dort, wo Logo und Bildmarke physisch vorliegen, zum Beispiel bei Druckmedien, internen und externen Wegeleitsystemen, Fahnen, Lkw-Planen und Lokomotiven der Erzzüge. Noch anspruchsvoller ist nur das Gasometer im Hüttenwerk. Auf den zylindrischen Bau wird die neue Bildmarke in einer Größe von insgesamt 180 Quadratmetern aufgebracht – ein Statement mit Fernwirkung.“