



Montag, 12. Dezember 2016, 11:00 Uhr

Böhmler

Neuer Markenauftritt

Böhmler präsentiert sich mit neuem Markenkern, frischer Visualität und selbstbewusstem Leistungsversprechen. Der Claim „böhmler. erstklassig. seit 1875.“ soll den Anspruch unterstreichen, der seit über 140 Jahren die Unternehmensgeschichte des Münchener Traditionsunternehmens prägt: erstklassige Qualität, erstklassiger Service, profunde Produktkenntnisse sowie Planungs- und Ausführungskompetenz. „Lange Jahre haben wir uns mit der beliebten und auch von uns sehr geschätzten Kampagne „Böhmler im Tal – eine Münchener Einrichtung“ stark auf München konzentriert und überwiegend den Bereich Inneneinrichtung in den Mittelpunkt unserer Außendarstellung gestellt“, so Georg Böhmler, Geschäftsführer Böhmler Inneneinrichtung. Tatsächlich hat das Haus ein deutlich breiteres Leistungsspektrum: Neben der Inneneinrichtung gibt es die erfolgreichen Objektbereiche Bodenbelag und Parkett, Büro und Objekt sowie den neu geschaffenen Bereich Innenausbau.

Künftig werden alle Kompetenzen und Geschäftsbereiche unter der Dachmarke Böhmler gebündelt. Zum Ausdruck kommt dies im neuen Dachmarken-Motiv und darin, dass es ab sofort nur noch ein gemeinsames Logo für alle Bereiche geben wird. Auch die Farbe des Logos wurde überarbeitet und an die neue Ausrichtung angepasst. Die etablierte Böhmler-Kachel erstrahlt nun in edel glänzendem Gold mit schwarzer Schrift.

In Anlehnung an das neue Markenversprechen „böhmler. erstklassig. seit 1875.“ wurde auch die alte „visuelle Identität“ überarbeitet. Neben dem übergeordneten Dachmarken-Motiv und dem Slogan „Ihre Räume haben Erstklassiges verdient“ wurde eine Wertekampagne entwickelt, die als dominante Gestaltungsmerkmale zentrale Wertebegriffe des neuen Markenverständnisses nutzt: „Herzlich“, „Stilsicher“, „Kompetent“, „Kompromisslos“ und „Souverän“ sind die Werte, für die der Einrichter künftig steht und die die Böhmler-Mitarbeiter in der neuen Kampagne verkörpern.

„Das wichtigste Kapital sind motivierte und engagierte Mitarbeiter. Wer könnte mehr für herausragende Qualität und besten Service stehen, als die Mitarbeiter von Böhmler selbst. Deshalb stehen diese Menschen auch, erstklassig fotografiert, im Mittelpunkt der neuen Kampagne“, erklärt Stephan Böhmer, Gesch.führer der Gesellschaft. Insgesamt wurden fünf Motive mit Mitarbeitern aller Geschäftsbereiche produziert. Konzipiert wurde die Kampagne von der Münchener Agentur Wunderhaus in Kooperation mit Markenberater Karsten Klepper von der Klepper Markenberatung, der die Entwicklung des neuen Markenauftritts als externer Berater leitete.