Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

08.08. 2022

Mewa lässt seine Marke neu erblühen

Von mediaconsult

Bild Rechte
MEWA Textil Service AG

Das Textil-Serviceunternehmen Mewa stellt seinen neuen Markenauftritt vor: aus der Identität heraus konzipiert, modern und zukunftsweisend gestaltet. Das neue Corporate Design wurde von Martin et Karczinski in München entwickelt. Die Agentur für Markenstrategie, Design und Transformation ist spezialisiert auf die Übersetzung der Identität in die Wirkungsdimensionen Inhalt, Form und Haltung.

(Wynau)(PPS) Die Mewa-Gruppe, drittgrösster Textildienstleister in Europa, hat sich in den vergangenen Jahren durch Markt- und Kundenzuwächse international stark entwickelt. Als Vorreiter in Sachen Kreislaufwirtschaft und Wiederverwendung von Betriebstextilien geht das Unternehmen mit dem Begriff «Textilsharing» den Weg der Visibilität für mehr Markenbekanntheit. Zusammen mit dem auf ganzheitliche Markenführung, Corporate Design und Transformation spezialisierten Münchner Unternehmen Martin et Karczinski wurde das Erscheinungsbild aus dem Selbstverständnis als werteorientiertes, traditionell innovatives Familienunternehmen entwickelt. Alle sichtbaren Markenelemente wie Logo, Hausschrift, Farb- und Bildwelt wurden komplett überarbeitet und an der Identität aus Werten, Vision und Mission ausgerichtet.

„Die Welt, in der wir tätig sind, hat sich nachhaltig verändert. Und wir uns mit ihr. So gab es einen Zeitpunkt, an dem klar wurde: Mit unserer Strategie zur Markenbekanntheit muss sich auch unser Erscheinungsbild weiterentwickeln, um die

Zukunftsfähigkeit sicherzustellen“, erläutert Michael Kümpfel, Vorstand Marketing & Vertrieb bei Mewa. Die Unternehmensgruppe blickt auf eine mehr als hundertjährige, familiengeführte Geschichte zurück. Zur Markenstrategie gehört auch, die Position eines «Hidden Champions» hinter sich zu lassen und der Marke Mewa eine selbstbewusste Visibilität in der Öffentlichkeit zu verleihen. Michael Kümpfel: „Natürlich sind wir stolz auf unsere Wurzeln, aber erfolgreich waren wir in den vergangenen über hundert Jahren, weil wir uns stets hinterfragen, weiterdenken: Was ist neu, wo liegen Potenziale, was brauchen Märkte und Kunden, wie werden Arbeitswelten von morgen aussehen? Das wollen wir auch in unserer Brandstory erzählen.“

Peter Martin, Gründer und CEO von Martin et Karczinski sagt zum neuen Erscheinungsbild von Mewa: „Die Form bringt im besten Fall das wertvolle Innere einer Marke zum Ausdruck. Hier ist es gelungen, die Geschichte von Mewa mit der Zukunft zu verbinden und die eigene Identität im Design sichtbar zu machen.“

Klare Linien für Wort- und Bild-Marke

Martin et Karczinski hatte einen sehr konkreten Auftrag der Unternehmensleitung an das neue Erscheinungsbild: Ziel der Überarbeitung war die Gestaltung eines Markenzeichens, das Essentielles bewahrt, für Wachstum steht und gleichzeitig den Umweltgedanken des Serviceangebots von Mewa ausdrückt. „Wir wollten die Marke Mewa nicht radikal neu interpretieren, sondern evolutionär weiterentwickeln, damit ihre Tradition und die erfolgreiche Geschichte weiterhin spürbar bleiben. Gleichzeitig war uns wichtig, die klare Zukunftsausrichtung und den nachhaltigen Anspruch von Mewa auch im Design auszudrücken“, sagt Simon Maier-Rahmer, Creative Director von Martin et Karczinski, der das neue Erscheinungsbild mit seinem Team entwickelt hat.

Das Markenlogo, die Blüte, steht für die Werte Reinheit und Hygiene, für Umwelt und Nachhaltigkeit und symbolisiert Entwicklung, Wachstum, Evolution und Innovation. Um dieses Potenzial zu entfalten, wurde die Bildmarke überarbeitet und formal auf das Wesentliche reduziert. Die neue Blüte wirkt edel und kraftvoll und wird zum Symbol für bewusstes Wachstum. Der neue Mewa-Schriftzug erinnert an gekreuzte Fäden, denn die Buchstaben «M» und «W» folgen in ihrer Ausrichtung imaginären Webfäden und schaffen damit die Verbindung zu den Textilen, die das Unternehmen

gross gemacht haben und bis heute prägen. Auch von der Schreibweise in Versalien verabschiedete sich Mewa und wählte eine gemischte Typografie.

„Die Grossbuchstaben standen für die Abkürzung des Namens, den unser Gründer Hermann Gebauer dem Unternehmen 1908 gab: Mechanische Weberei Altstadt“, erklärt Oliver Gerrits, Ressortleiter Marketing & Kommunikation. „Mit heute 46 internationalen Standorten können wir stolz «Mewa» als Marke führen und nicht mehr nur als Abkürzung.“ Die serifenlose neue Hausschrift wurde exklusiv für Mewa in Zusammenarbeit mit TypeMates entwickelt. Und auch hier blieb sich das Unternehmen in der Kombination von Innovation und Tradition treu: Die Schrift ist modern, klar und präzise, ihr Name verbindet sie mit den Wurzeln. Die neue Mewa-Schrift heisst wie die Gründerfamilie: «Gebauer».

Mewa ist aktuell in 21 europäischen Ländern tätig, beschäftigt 5.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreut über 190.000 Firmenkunden. Der B2B-Dienstleister steht für nachhaltige Textillösungen für Gewerbebetriebe und ist einer der Branchenführer im Bereich Textil-Management. Mehr als eine Million Beschäftigte in Europa tragen Berufs-, Schutz- oder Businesskleidung von Mewa, fast 3 Millionen Menschen greifen täglich zu einem Produkt von Mewa, um Maschinen in Produktionshallen und Werkstätten sauber zu halten. Wer den Service von Mewa nutzt, kann Zuverlässigkeit, Sicherheit und Transparenz erwarten.

Über die Organisation:

Mewa Textil-Management
Mewa stellt seit 1908 Betriebstextilien im Full-Service zur Verfügung und gilt damit als Pionier des Textilsharings. Heute versorgt Mewa europaweit von 46 Standorten aus Unternehmen mit Berufs- und Schutzkleidung, Putztüchern, Ölauffangmatten und Fussmatten – inklusive Pflege, Instandhaltung, Lagerhaltung, Logistik. Ergänzend können Arbeitsschutzartikel bestellt werden. Rund 5.700 Mitarbeitende betreuen über 190.000 Kunden aus Industrie, Handel, Handwerk und Gastronomie. 2021 erzielte Mewa einen Umsatz von 770,4 Millionen Euro und ist damit führend im Segment Textil-Management. Für sein Engagement in den Bereichen Nachhaltigkeit und verantwortungsvolles Handeln sowie für seine Markenführung wurde das Unternehmen vielfach ausgezeichnet.

Pressekontakt:

Media*Consult* – Agentur für Marketing und Medienberatung, Aurel Arienti

Stadtturmstrasse 18, 5400 Baden, T. +41 56 210 32 10, E-Mail: mediaconsult@bluewin.ch

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/mewa-laesst-seine-marke-neu-erbluehen*