

Presseinformation

Kiel, 02.07.2020: Neues Corporate Design, neue Markenstruktur und eine optimierte Portfoliodarstellung - die Vater Unternehmensgruppe zeigt sich mit neuem Look und neuer Markenfamilie und sorgt somit für mehr Portfoliotransparenz.

Mehr als 20 Jahre erfolgreiche Unternehmensgeschichte liegen hinter der Vater Unternehmensgruppe. Seit der Gründung im Jahr 1997 hat sich der ehemals kleine Handwerksbetrieb zu einer Unternehmensgruppe mit mehr als 600 Mitarbeitern, acht operativen Tochtergesellschaften sowie einer Eigenmarke entwickelt. Das umfangreiche Portfolio der Gruppe erstreckt sich mittlerweile über die Bereiche Netzwerk-, Elektro- und Sicherheitstechnik, IT-Dienstleistung sowie Personalberatung. „Aufgrund unseres enormen Wachstums der letzten Jahre, fällt es unseren Bestandskunden, potenziellen Neukunden und auch unseren eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zunehmend schwer, unser gesamtes Portfolio zu erfassen.“, so Klaus-Hinrich Vater, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Vater Unternehmensgruppe. „Deshalb haben wir uns für die Einführung einer Markenfamilie entschieden und sorgen so für eine wichtige Strukturierung und eine transparentere Portfoliodarstellung.“

Das Portfolio der Vater Unternehmensgruppe unterteilt sich ab sofort in vier Marken:

- Vater
- Vater IT
- Vater Elektro
- Vater Personal

Die Marke „Vater“ tritt zukünftig als Dachmarke der Unternehmensgruppe auf. Die Marken „Vater IT“, „Vater Elektro“ und „Vater Personal“, fungieren als Familienmarken, unter denen die operativen Gesellschaften tätig sind.

Neben dieser neuen Markenstruktur geht die Vater Unternehmensgruppe noch einen weiteren wichtigen Schritt: Das bisherige Vater-Logo wurde einem Relaunch unterzogen. „Der Logo Relaunch ist für uns ein wichtiger Schritt, um unsere neue Markenfamilie auch visuell zu unterstreichen. Zudem bietet das neue Logo mehr Anwendungsspielräume für die Nutzung im digitalen Bereich.“ so Sascha Lucht, Geschäftsführer der Vater Holding GmbH „Wichtig hierbei war uns, dass grundlegende Elemente wie unser „Vater V“ und unsere Farbwelt beibehalten werden; denn trotz neuem Look bleiben wir selbstverständlich unseren *alten* Werten treu.“

Die einzelnen „Pixel“, aus denen das neue „Vater V“ besteht, soll die Vielfältigkeit der Unternehmensgruppe bzw. des Portfolios unterstreichen. Die bereits bestehenden Vater-Farben finden sich auch im neuen Logo wieder und wurden lediglich aufgefrischt und erweitert. Der Name Vater bleibt weiterhin fester Bestandteil der Wort-Bild-Marke und hat eine neue Typografie erhalten. Auf den Zusatz Unternehmensgruppe wird fortan verzichtet.



Der neue Look und die neue Markenstruktur finden sich auch im Webauftritt der Unternehmensgruppe wieder - gab es bislang eine gesamthafte Webseite, so hat ab sofort jede Marke ihren eigenen Auftritt. „Wir haben uns lange überlegt, wie wir unser umfangreiches Portfolio bestmöglich sowohl online als auch offline abbilden und stets versucht aus der Brille des Kunden zu schauen. Mit der neuen Markenfamilie und den einzelnen Webauftritten ist es uns gelungen, unser Portfolio nach unseren Kernkompetenzen zu gliedern. Ziel war es, eine nutzer- und bedürfnisorientierte Online-Umgebung zu schaffen, auf der die Nutzer einen schnellen Überblick erhalten.“, so Judith Kunze, Leiterin Marketing und Unternehmenskommunikation der Vater Holding GmbH.

Bereits im Oktober letzten Jahres führte die Unternehmensgruppe einen erfolgreichen „Silent Launch“ mit der Marke Vater Personal durch. Nun folgt der Rest der Unternehmensgruppe und zieht mit dem offiziellen Relaunch nach.

Weitere Informationen zur Vater Unternehmensgruppe:

www.vater-gruppe.de
<https://www.facebook.com/VaterGruppe/>
<https://www.xing.com/companies/vaterunternehmensgruppe>
<https://www.linkedin.com/company/vater-unternehmensgruppe/>

Verantwortlich für diesen Pressetext

Judith Kunze | Vater Holding GmbH | Wasserwerksweg 18 | 24222 Schwentinental | Telefon: 0431-7996621 | E-Mail: jkunze@vater-gruppe.de | www.vater-gruppe.de