

Pressespiegel

11. Mai 2021

1 Schlagzeilen

Inhaltsverzeichnis

Wenn es zwei Mal BLITZT ...
extradienst (Print) | 07.05.2021 | Seite 116
Blitzblank

3

Thema: Blitzblank

Autor: Janet Teplik

Story Nachhaltigkeit

Wenn es zwei Mal BLITZT

Gemeinsam mit der Werbeagentur donnerwetterblitz erstellt BLITZBLANK ein neues Logo. Auch Claim und Dienstbekleidung bekamen eine Auffrischung.

Von Janet Teplik

Im Auftrag des Reinigungsdienstleisters BLITZBLANK feilte die Agentur von Raffaele Arturo, donnerwetterblitz, an einem modernen Redesign. Die visuelle Identität der Marke sollte dabei bewahrt bleiben und dennoch gleichzeitig ein neues, modernes Erscheinungsbild geschaffen werden. Das Agentur-Team von Arturo nahm sich dieser Aufgabe sehr erfolgreich an. „Wir entwickeln uns als Dienstleister immer weiter und wollen dies auch mit unserem Corporate Design tun!“, lautete die Aufgabenstellung von Mario Reichel, CEO und Eigentümervertreter und Aline Basel, CMO BLITZBLANK.

„BLITZBLANK durfte gerade sein 85-jähriges Bestehen feiern und steht gleichermaßen für Nachhaltigkeit, Beständigkeit und auch für die Fähigkeit, sich nicht nur laufend dem Qualitätsanspruch der Reinigungsbranche anzupassen, sondern diesen auch klar mitzubestimmen. Beide Facetten sollten sich in einem frischen und kundennahen Erscheinungsbild widerspiegeln“, so Raffaele Arturo, Geschäftsführer von donnerwetterblitz.

Ein moderneres, nachhaltigeres Zeitalter

So entwickelten Mario Reichel, Aline Basel und das Team von Arturo die neue Wort-Bild-Marke, die BLITZBLANK. Der ergänzte Markenclaim „Ihr nachhaltiger Partner“ steht dabei für die Grundfesten und Werte, die das Unternehmen ausmachen.



Präsentation der neuen Uniformen mit Testimonial Silvia Schneider

„In Zukunft soll noch deutlicher unser Anspruch an kompromisslose Qualität und Nachhaltigkeit in unserem Tun vermittelt werden. Dies wollen wir auch in unserem Kundenversprechen deutlich hervorheben. Reinigung, und jetzt auch BLITZBLANK, wird großgeschrieben“, so Reichel. Mit dem neuen Logo soll die visuelle Identität der Marke noch besser auf den Punkt gebracht werden.

Auch die Uniformen der 1.100 BLITZBLANK Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind im Zuge des Redesigns von Mario Reichel und Aline Basel völlig neu designed worden. Der Tropfen des Logos findet sich im dekorativen Logo-Print der Uniformen wieder. Die Trendsetterin Silvia Schneider, die von der Idee mit dem Thema Reinigung ins Segment



Raffaele Arturo, Mario Reichel und Aline Basel (v.l.n.r.)

der Fashionwelt zu ziehen, begeistert war, konnte als Testimonial gewonnen werden. Die Fashion-Prototypen sind von Designer und Fashion Scout Wolfgang Reichel zusammen mit Aline Basel entworfen und von den BLITZBLANK Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen glamourös auf der Vienna Fashion Week präsentiert worden. ■