

SABRINA SCHILLING

Több szín egy er□s márkához

A TRUMPF új vállalati arculattal ragyog. A megújulás mögött Birgit Hanke áll, aki elmeséli, miért illik tökéletesen ez az új "küls□" a márkához.

Hanke asszony, miért van egyáltalán szüksége egy vállalatnak arculatra?

Hanke: "A vállalati arculat meghatározza, hogyan szeretne egy vállalat vizuálisan megjelenni. Ez a márka egyik alapvet□ eleme – megmutatja, mit képvisel egy vállalat. Az emberek a színeket, formákat, bet□típusokat és képeket nagyon gyorsan és intuitív módon érzékelik. Még a szövegek elolvasása el□tt érzelmeket és asszociációkat váltanak ki bel□lünk. A megfelel□ arculat bizalmat építhet, segíthet eligazodni, és egyértelm□en megmutathatja: ez a TRUMPF. Segít kit□nni a versenytársak közül, és gondoskodik róla, hogy a TRUMPF egyedi és azonnal felismerhet□ legyen."

És mit képvisel a TRUMPF?

Hanke: "Tavaly újrapozicionáltuk a TRUMPF márkát. Világosan megfogalmaztuk a márkaértékeinket: azt szeretnénk, hogy el□relátó, ügyfeleinket ért□, utat mutató és megbízható partnerként tekintsenek ránk. Éppen az a partneri közelség nem tükröz□dött a régi vállalati arculatban, amely a TRUMPF-ot igazán jellemzi. Inkább h□vös és távolságtartó volt.

A TRUMPF-ot jellemz□ érzelmi értékeket különböz□ vizuális megoldásokkal jelenítettük meg az új arculatban. Az új Deep Blue márkaszín a biztosságot jelképezi, vagyis a stabilitást és a megbízhatóságot. A világos, élénk Energetic Blue az el□relátást jelképezi, vagyis a technológiát és a jöv□t. A meleg lila az ügyfelek megértését és a hozzájuk való közelséget jelképezi. A Laser Green többek között a fenntarthatóságot jelképezi. A színek együttesen olyan palettát alkotnak, amely a m□szaki kompetenciánkat nagyobb melegséggel és érzelmi töltettel ötvözi, miközben modern és jöv□orientált marad. A figyelmes olvasók észrevehetik, hogy itt teljes egészében a fény eszköztárán belül mozgunk, akárcsak a fénysugár a fizikában – a lilától a zöldig."



TRUMPF az EuroBLECH 2026 vásáron



Az új vállalati arculat a kiállítási megjelenésünkben is megmutatkozik.



A TRUMPF 2025/26-os üzleti jelentése is az új vállalati arculat és hangulat jegyében ragyog.



Több szín a termékeinknek – a „lilától a zöldig” húzódó horizonttal.



Ügyfélmagazinunk, a TRUe szintén alkalmazza az új színvilág egyes elemeit.

Hogyan jellemezné az új arculatot három szóval?

Hanke: "Emocionális, emberközeli és sokoldalú. Az új vállalati arculat olyan, mint egy szép hangszer vagy egy fest□paletta: rezgéseket kelt, és sokféle lehet□séget teremt. Pontosan ez az érzelmi töltet hiányzott korábban a TRUMPF márka arculatából."

És mindez az Ön fejében születik meg?

Hanke: "Nem, dehogy. Az ügynökségünkkel közösen rengeteg ötletet dolgoztunk ki, vitattunk meg, majd csiszoltunk tovább. Ezután a terveket különböz□ testületek elé vittük, ahol tovább finomítottuk □ket. Az egyik legnagyobb feladat az volt, hogy a kreatív ötletb□l világos és könnyen érthet□ szabályokat alkossunk. Fontos, hogy ne csak a dizájnerek tudjanak dolgozni vele, hanem a világ különböz□ pontjain m□köd□ leányvállalatok munkatársai, a marketingcsapatok és az ügynökségek is. Az alkalmazás során derül ki, hol van szükség további módosításokra. A vállalati arculat ezért sosem "végleges", hanem a mindennapi használat során folyamatosan fejl□dik."



Birgit Hanke 30 éve dolgozik a TRUMPF-nál, és a vállalati arculatért és névadásért felel: "Leny□göz, hogy miként lehet úgy bemutatni egy vállalatot, hogy a szép megjelenés összhangban legyen a technológiai tartalommal."

Hogyan reagálnak a munkatársak és a nyilvánosság az új vállalati megjelenésre?

Hanke: "Rengeteg a pozitív visszajelzés – f□leg az ügyfelekkel közvetlen kapcsolatban álló csapatoktól és az új dizájnt használó ügynökségekt□l. Néhány kolléganőnek és kollégának el□ször meg kellett szoknia az élénk színeket. Mostanra sokan már szívesen használják □ket. A közösségi médiában és a kampányok kapcsán is nagyon pozitív visszajelzéseket kaptunk. A külvilág els□sorban a weboldalon, a videókban, a közösségi médiában és a kiállításokon találkozhat az új arculattal. A múlt héten megrendezett EuroBLECH látogatói biztosan felfigyeltek rá, és a weboldalunk rendszeres látogatói vagy a TRUMPF csatornák közösségimédia-követ□i is minden bizonnyal észrevették a színvilág változását."

Utolsó kérdés: Mi a személyes kedvence az új arculatban?

Hanke: "A lágy horizont – olyan, mint egy fényív, amely sarki fényként ível át az égen."



SABRINA SCHILLING

TRUMPF GROUP COMMUNICATIONS