

SABRINA SCHILLING

Viac farieb pre silnú zna□ku

TRUMPF sa prezentuje v novom korporátnom dizajne. Žena, ktorá za tým stojí: Birgit Hanke. Vysvet□uje, pre□o nový „vzh□ad“ ideálne vystihuje charakter zna□ky.

Pani Hanke, pre□o vlastne potrebuje podnik korporátny dizajn?

B. Hanke: „Korporátny dizajn definuje, ako sa chce spolo□nos□ vizuálne prezentova□. Je to základná sú□as□ zna□ky – teda to, □o spolo□nos□ reprezentuje. □udia vnímajú farby, tvary, písmo a obrázky ve□mi rýchlo a intuitívne. Ešte skôr, ako si pre□ítame text, vyvoláva v nás vizuál pocity a asociácie. Vhodný vizuálny štýl preto môže vybudova□ dôveru, poskytnú□ orientáciu a jasne vyjadrova□: Toto je TRUMPF. V□aka tomu sme ako spolo□nos□ jedine□ní, odlišujeme sa od konkurencie a sme okamžite rozpoznate□ní."

□o teda znamená TRUMPF?

B. Hanke: „V minulom roku sme nastavili nové miesto zna□ky TRUMPF. Naše hodnoty zna□ky sú jasne formulované: Chceme by□ vnímaní ako vizionári, partneri, ktorí rozumejú zákazníkom, priekopníci a garanti stability. Práve tá partnerská blízkos□, ktorá nás ako spolo□nos□ TRUMPF charakterizuje, sa v starom korporátnom dizajne neodzrkad□ovala. Bola to skôr chladná a zdržanlivá atmosféra.

V novom korporátnom dizajne sme rôznymi spôsobmi vizuálne stvárnili emocionálne vlastnosti, ktoré symbolizujú TRUMPF. Nová farba zna□ky Deep Blue symbolizuje záruku, □iže stabilitu a spo□ahlivos□. Svetlá, výrazná modrá farba "Energetic Blue" symbolizuje vizionára, □iže technológie a budúcnos□. Teplá fialová symbolizuje pochopenie potrieb zákazníka, □iže ústretovos□ vo□i zákazníkom. A farba "Laser Green" symbolizuje okrem iného aj stabilitu. Tieto farby tvoria spolu paletu, ktorá spája našu technickú kompetenciu s vä□šou vrelos□ou a emocionalitou a zárove□ je moderná a orientovaná na budúcnos□. Pozorným □itate□om to neunikne: Pohybujeme sa tu vo svete nášho vlastného nástroja – svetla, presne ako svetelný lú□ vo fyzike, v spektre od fialovej až po zelenú.



TRUMPF na ve□trhu EuroBLECH 2026



Nový korporátny dizajn sa prejavuje aj na ve□tržnej prezentácii.



Výro□ná správa spolo□nosti TRUMPF za rok 2025/26 sa takisto prezentuje v novom vzh□ade a štýle firemnej identity.



Viac farieb pre naše produkty - s farebným spektrom od „fialovej po zelenú“.



Aj náš zákaznícky □asopis TRUe preberá prvky nového farebného sveta.

Ako by ste nový vzh□ad opísali tromi slovami?

B. Hanke: „Emocionálny, blízky □u□om a všestranný. Nový korporátny dizajn je ako krásny hudobný nástroj alebo maliarska paleta: vytvára vibrácie a otvára mnoho možností. Práve tieto emócie chýbali v predchádzajúcom svete dizajnu zna□ky TRUMPF.“

A to všetko vzniká vo Vašej hlave?

B. Hanke: „Nie, to v žiadnom prípade. Spolu s našou agentúrou sme vypracovali, prediskutovali a opä□ zúžili mnoho nápadov. Následne boli návrhy predstavené v rôznych orgánoch a □alej boli prepracované. Ve□kou úlohou bolo premeni□ kreatívny nápad na jasné a zrozumite□né pravidlá. Nakoniec s tým musia vedie□ pracova□ aj □udia, ktorí nie sú dizajnérmi – po celom svete, v dcérskych spolo□nostiach, v marketingových tímoch alebo v agentúrach. V praxi sa potom ukáže, kde je potrebné vykona□ úpravy. „Korporátny dizajn preto nikdy nie je "hotový", ten sa v praxi neustále vyvíja.“



Birgit Hanke pracuje v spolo□nosti TRUMPF už 30 rokov a zodpovedá za korporátny dizajn & a názvoslovie: „Nadchýna ma schopnos□ prezentova□ spolo□nos□ tak, aby sa jej atraktívny vzh□ad spájal s technologickým obsahom."

Ako reagujú zamestnanci a verejnos□ na nový imidž?

B. Hanke: „Dostávame ve□a pozitívnych ohlasov – najmä z oblastí, kde je úzky kontakt so zákazníkmi a od agentúr, ktoré pracujú s novým dizajnom. Niektorí kolegovia a kolegyne si najskôr museli zvyknú□ na výrazné farby. Medzitým ich ale mnohí radi používajú. Ve□mi pozitívne reakcie sa objavili aj na sociálnych sie□ach a v súvislosti s kampa□ami. Pre širokú verejnos□ bude nová prezentácia vidite□ná predovšetkým na internetovej stránke, vo videách, na sociálnych sie□ach a na ve□trhoch. Táto zmena farieb ur□ite neunikla návštevníkom minulotýžd□ového ve□trhu EuroBLECH a aj pravidelným návštevníkom našej internetovej stránky □i sledovate□om našich kanálov TRUMPF na sociálnych sie□ach."

Posledná otázka: Aký je váš osobný ob□úbený prvok?

B. Hanke: „Mäkký horizont – je to ako dúha, ktorá sa tiahne po oblohe ako polárna žiara."



SABRINA SCHILLING

TRUMPF GROUP COMMUNICATIONS