

SABRINA SCHILLING

Güçlü bir marka için daha fazla renk

TRUMPF yepyeni bir kurumsal tasarımla parıldıyor. Bu dönü□ümün arkasındaki isim: Birgit Hanke. Hanke, markanın yeni "görünümünün" neden TRUMPF'a böylesine yakı□tı□ını anlatıyor.

Bayan Hanke, bir □irket neden kurumsal bir tasarıma ihtiyaç duyar?

Hanke: "Kurumsal tasarım, bir şirketin kendini görsel olarak nasıl ifade etmek istediğini belirler. Markanın, yani bir şirketin neyi temsil ettiğinin temel unsurlarından biridir. İnsanlar renkleri, biçimleri, yazı karakterlerini ve görselleri son derece hızlı ve sezgisel biçimde algılar. Daha metni okumadan bizde duygular ve çağrışımlar uyandırır. Bu nedenle doğru bir görsel kimlik güven yaratabilir, yön gösterebilir ve açıkça şunu hissettirebilir: İşte TRUMPF. Aynı zamanda bizi rakiplerimizden ayırır, şirket olarak özgün ve kolayca tanınır kılar."

Peki TRUMPF neyi temsil ediyor?

Hanke: "Geçtiğimiz yıl TRUMPF markasını yeniden konumlandırdık. Marka değerlerimizi net biçimde tanımladık: İleri görüşlü, müşterisini anlayan, yol açan ve güven veren bir marka olarak algılanmak istiyoruz. Özellikle TRUMPF'ı farklı kılan müşterilerimizle kurduğumuz yakın ve iş birliğine dayalı ilişki, eski kurumsal tasarımımıza yeterince yansımıyordu. Görünüm daha ziyade soğuk ve mesafeliydi.

TRUMPF'ın temsil ettiği duygusal özellikleri yeni kurumsal tasarımımızda farklı görsel unsurlarla ifade ettik. Yeni marka rengimiz Deep Blue, güven veren yönümüzü; yani istikrarı ve güvenilirliği temsil ediyor. Açık ve güçlü Energetic Blue, ileri görüşlü yönümüzü; yani teknolojiyi ve geleceği temsil ediyor. Sıcak Purple ise müşterisini anlayan yönümüzü, yani müşterilerimizle kurduğumuz yakınlığı ifade ediyor. Laser Green de diğer unsurların yanı sıra sürdürülebilirliği temsil ediyor. Bu renkler bir araya gelerek teknik yetkinliğimizi daha fazla sıcaklık ve duyguyla buluşturan, aynı zamanda modern ve geleceğe dönük bir renk paleti oluşturuyor. Dikkatli okurların gözünden kaçmayacaktır: Burada bütünüyle kendi aracımız olan ışığın dünyasında ilerliyoruz; tıpkı fizikteki ışık huzmesi gibi, mordan yeşile doğru..."



TRUMPF EuroBLECH 2026 Fuarı'nda



Yeni kurumsal tasarım, fuar kapsamında da sahneye çıkıyor.



TRUMPF 2025/26 Faaliyet Raporu da yeni kurumsal tasarımın görünüm & hissiyatıyla parıldıyor.



Ürünlerimiz için daha fazla renk: "Mordan yeşile" uzanan bir yelpaze ile...



Müşteri dergimiz TRUe da yeni renk dünyamızın unsurlarını bünyesinde taşıyor.

Yeni görünümü üç kelimeyle nasıl tanımlarsınız?

Hanke: "Duygusal, insana yakın ve çok yönlü. Yeni kurumsal tasarım, güzel bir müzik aleti ya da bir ressamın renk paleti gibi: Titreşimler yaratıyor ve pek çok olasılığın kapısını açıyor. TRUMPF markasının önceki tasarım dünyasında eksik olan da tam olarak bu duygusallıktı."

Peki bütün bunlar sizin zihninizde mi ortaya çıkıyor?

Hanke: "Hayır, kesinlikle değil. Ajansımızla birlikte pek çok fikir geliştirdik ve her biri üzerinde tartışarak adım adım özüne indirgedik. Ardından taslakları farklı kurullarda sunduk ve birlikte geliştirmeye devam ettik. En büyük görevlerden biri, yaratıcı bir fikri açık ve anlaşılır kurallara dönüştürmekti. Sonuçta bu tasarımla yalnızca tasarımcıların değil; dünyanın dört bir yanındaki iştiraklerde, pazarlama ekiplerinde veya ajanslarda çalışan insanların da rahatlıkla çalışabilmesi gerekiyor. Uygulamaya geçildiğinde de nerelerde ince ayar gerektiği ortaya çıkıyor. Bu nedenle bir kurumsal tasarım hiçbir zaman gerçekten 'tamamlanmış' değildir; uygulandıkça gelişmeye devam eder."



30 yıldır TRUMPF bünyesinde çalışan ve Kurumsal Tasarım & Adlandırmadan sorumlu olan Birgit Hanke: "Beni en çok, bir şirketi güzel bir görsel kimlikle teknolojik içeriğini buluşturacak şekilde ifade edebilme gücü heyecanlandırıyor."

Çalı□anlar ve kamuoyu yeni görünüme nasıl tepki verdi?

Hanke: "Çok sayıda olumlu geri bildirim aldık; özellikle de müşterilerle yakın temas içinde olan bölümlerden ve yeni tasarımla çalışan ajanslardan. Bazı iş arkadaşlarımızın güçlü renklere alışması ilk başta biraz zaman aldı. Şimdiyse pek çoğu bu renkleri severek kullanıyor. Sosyal medyada ve kampanyalarımızda da son derece olumlu tepkiler aldık. Yeni görünüm, dışarıdaki kitle için özellikle web sitemizde, filmlerimizde, sosyal medyada ve fuar katılımlarımızda görünür kılıyor. Geçen hafta düzenlenen EuroBLECH'i ziyaret edenlerin bunu mutlaka fark ettiğini düşünüyorum; web sitemizi düzenli takip edenler veya TRUMPF kanallarımızın sosyal medya takipçileri de bu renk dönüşümünü mutlaka fark etmiştir."

Son bir soru: Sizin ki□isel favoriniz hangi unsur?

Hanke: "Yumuşak ufuk çizgisi: Gökyüzünde kutup ışıkları gibi uzanan bir ışık yayı adeta."



SABRINA SCHILLING

TRUMPF GROUP COMMUNICATIONS