



© Goldbach (2)

**Passion**

Bilder mit Menschen, die einer Person oder Sache emotional zugewandt sind, sollen das Engagement und die Leidenschaft der Marke Goldbach unterstreichen.

# Ein(fach)heit für Goldbach

Der Werbevermarkter Goldbach tritt nach umfassendem Rebranding nun unter einer einheitlichen Dachmarke auf.

WIEN. Seit Dienstag dieser Woche ist Goldbach eine Dachmarke und vereint nun alle Gesellschaften unter einer einzigen Domain. Vordergründiges Ziel des neuen Markenauftritts war die Formulierung einer einheitlichen Markenidentität für Goldbach, die sowohl in der Schweiz und in Österreich als auch in Deutschland, wo der Werbevermarkter seit 2015 tätig ist, als authentisch und glaubwürdig aufgenommen wird.

**Rebranding**

Im Rahmen eines umfassenden Rebrandings wurden ein neuer Markenclaim, eine einheitliche Bildwelt sowie eine klare Kommunikationstonalität entwickelt – und das bis auf wenige externe Dienstleister ausschließlich inhouse. Zusätzlich wurde die

Domain [www.Goldbach.com](http://www.Goldbach.com) eingeführt, die nun alle Angebote der Goldbach auf einer Website vereint. Die bestehenden Gesellschaftsnamen wie Goldbach Media fallen im Außenauftritt zwar weg, bleiben als juristische Firmennamen aber weiterhin bestehen.

**„Your Message is our Passion“**

Ein zentrales Element des überarbeiteten Markenauftritts stellt der neue Claim von Goldbach dar: „Your Message is our Passion“ soll dabei neben dem Markenzweck insbesondere auch die Kundenzentrierung des Unternehmens vermitteln, wobei das Wort „Message“ symbolisch für die Botschaften und Bedürfnisse des Kunden eingesetzt wird.

„Goldbach zeigt sich mit dem neuen Markenauftritt selbstbe-

wusst, passioniert und kundenorientiert. Der Claim spiegelt wider, wer wir sind und wie wir Wertschöpfung betreiben“, erklärt Michi Frank, CEO der Goldbach Group, die in ihrem Claim manifestierte Ausrichtung der neuen Dachmarke. Umge-

setzt wird der Claim der neuen Goldbach-Dachmarke auf allen Kommunikationskanälen: Im Zentrum der inhouse entwickelten neuen Bildwelt stehen Menschen, die entweder einer Person oder einer Sache emotional zugewandt sind, wie auch die Mitarbeiter des Unternehmens selbst, die hier als Markenbotschafter agieren.

**Einfacher, schneller, besser**

Die Vereinheitlichung unter der Dachmarke Goldbach soll eine Erleichterung für Kunden und Partner im D-A-CH-Raum bringen: Im Vordergrund stehen bessere Kontaktmöglichkeiten zu Goldbach-Personen, Übersichtlichkeit des Portfolios und einfachere Wissensvermittlung. (ls)

# GOLDBACH

**YOUR  
MESSAGE  
IS OUR  
PASSION**

**Corporate Colours**

Goldbach zeigt sich im Rahmen seines neuen Auftritts einheitlich in den Farben Rot, Schwarz und Weiß.