

PERSBERICHT

Bechtle met nieuw logo en beknopt Corporate Design

- Nieuwe CD consequent gericht op de digitale toekomst
- Volledige vernieuwing van beeld- en woordmerk, lettertype, kleuren, ontwerpelementen en beeldmateriaal
- De uitrol van het nieuwe CD zal in eerste instantie digitaal plaatsvinden in heel Europa

Neckarsulm, 2 september 2024 – Voor het eerst in de meer dan 40-jarige geschiedenis van de onderneming verandert Bechtle zijn Corporate Design fundamenteel en verschijnt het nu met een nieuw logo. Het doel is om het merk te versterken, de bekendheid te vergroten en de uitstraling beknopt, barrièrevrij en consistent te creëren, vooral in de digitale wereld. In samenwerking met het gerenommeerde merken designbureau Peter Schmidt Group is een Corporate Design ontwikkeld dat zich richt op de merkessentie van Bechtle en consequent gericht is op de eisen van moderne digitale communicatie. In de toekomst zal de bedrijfsnaam zelfstandig naast het beeldmerk staan en zo een sterkere impact hebben. Het nieuwe CD zal in eerste instantie via de digitale kanalen worden gelanceerd en vanaf 2025 geleidelijk op de meer dan 100 locaties van de Bechtle Groep in Europa.

De nieuwe visuele identiteit van Bechtle is consequent ontwikkeld vanuit het merkbegrip: toekomstgericht in de kern, vergezeld van de attributen verbonden, ondernemend en ervaren. De ronde vorm van het beeldmerk, dat is samengesteld uit twee elementen, symboliseert sterke verbindingen die samen een sterke eenheid vormen in steeds nieuwe facetten zoals ervaring en toekomst, mens en technologie, of

empathie en competentie. Het parallellogram in het beeldmerk borduurt voort op het vorige logo en staat tegelijkertijd voor openheid naar de toekomst. De kanteling van 19 graden kenmerkt het gehele Corporate Design en komt terug in het nieuwe woordmerk in kleine letters, kleurovergangen, iconen en het speciaal ontwikkelde bedrijfslettertype Bechtle Pro. Zo ontstaat een beknopte, onafhankelijke merkindruk die verleden en toekomst, ervaring en vooruitstrevendheid combineert.

Groen als onderscheidende CD-kleur

De nieuwe Bechtle kleurenwereld neemt de geschiedenis van de in 1983 opgerichte IT-onderneming over en versterkt deze met het oog op de digitale toekomst. Groen wordt zelden gebruikt als CD-kleur in de IT-branche. In het nieuwe Corporate Design van Bechtle daarentegen speelt groen een vormgevende rol, wat de zelfstandigheid van de merkidentiteit van Bechtle verder versterkt. De primaire kleuren Experience, Progressive en Future Green worden gecombineerd met wit om een verfrissende look te creëren, die wordt aangevuld met accentkleuren zoals Straight Blue, Energizing Lime of Light Orange. Het nieuwe kleurenschema voldoet ook aan de eisen voor barrièrevrije toegang tot bedrijfswebsites die vanaf 2025 gelden. Hierdoor worden digitale media makkelijker te ontvangen voor mensen met een visuele beperking.

Consequente digitale oriëntatie

Het nieuwe Corporate Design van Bechtle is consequent ontwikkeld met een digital-first aanpak. Naast de toegankelijkheid van de kleuren zorgen moderne ontwerp-principes, een gerichte illustratiestijl en talrijke animatiemogelijkheden voor een digitaal onmiskenbare indruk. Het visualiseert wat Bechtle in de kern is: een vooruitstrevende, succesvolle, digitale onderneming met de ambitie om met IT de toekomst vorm te geven.

“Het nieuwe Corporate Design onderstreept onze ambities om Bechtle te positioneren als een Europese IT-partner voor de toekomst en een moderne werkgever. We creëren een visueel kader, dat ons duidelijk onderscheidt van onze concurrenten en een hoge mate van herkenning mogelijk maakt. Dit zijn de beste voorwaarden om onze naamsbekendheid te vergroten en ons positieve imago verder te versterken”, zegt Dr. Thomas Olemotz, CEO van Bechtle AG.

Sabine Brand, Head of Corporate Communications and Brand Management, Bechtle AG, zegt: “Met de introductie van het nieuwe Corporate Design vertalen we ons merkbegrip naar een holistische uitstraling. We koppelen onze waarden duidelijk aan onze strategische boodschappen en presenteren ons consistent en zelfverzekerd in de markt. Merkpositionering en merkbeleving komen nu samen, wat ons helpt om Bechtle te vestigen als een sterk, betrouwbaar en bekend B2B-merk en een toekomstbestendige IT-dienstverlener in Europa.”

Alexander Tibelius, Head of Corporate Design bij Bechtle AG, vult aan: “Samen met de Peter Schmidt Group zijn we erin geslaagd om een overtuigend, veelzijdig, sterk en tegelijkertijd toegankelijk, fris ontwerp te creëren dat zijn kracht volledig zal ontplooiën, vooral in de digitale wereld. De nabijheid van onze klanten en partners, het persoonlijke contact en de levendige uitwisseling op ooghoogte maken Bechtle uniek – het nieuwe design maakt deze claim op alle contactpunten waar.”

Over Bechtle

Bechtle is met meer dan 100 IT-systeemhuizen en E-commerce vennootschappen in 14 Europese landen een van de Europese marktleiders in E-commerce en altijd dichtbij. Bechtle beschikt over een wereldwijd partnernetwerk om aan de behoeften van haar klanten op elk continent te voldoen. De in 1983 opgerichte Bechtle Groep met hoofdkantoor in het Zuid-Duitse Neckarsulm heeft momenteel meer dan 15.000 medewerkers in dienst. Wij ondersteunen meer dan 70.000 klanten uit de industrie, handel, publieke sector en financiële sector bij hun digitale transformatie en bieden een compleet merkonafhankelijk portfolio rondom IT-infrastructuur en IT-beheer. Bechtle is genoteerd aan de MDAX (Duitse aandelenindex en een nevenindex van de DAX) en aan de TecDAX (Duitse aandelenindex waarop de 30 grootste technologiebedrijven zijn genoteerd). In 2023 bedroeg de omzet 6,42 miljard euro.

Meer informatie: [bechtle.com](https://www.bechtle.com)

Perscontact

Bechtle AG

Corporate Communications

Sabine Brand

Bechtle Platz 1 | 74172 Neckarsulm

Telefoon: +49 (0)71 32/ 981-4115

E-mail: sabine.brand@bechtle.com

Het laatste nieuws vind je op [bechtle.com/presse](https://www.bechtle.com/presse)
en op onze social media kanalen.

