

Capgemini positioniert sich mit neuer Markenidentität für die Zukunft

Wien, 17. Oktober 2017 – Capgemini hat heute seinen neuen Markenauftritt bekanntgegeben, der auf seinem etablierten Ruf und seiner 50-jährigen Technologieerfahrung aufbaut. Die neue Markenidentität greift drei grundlegende Unterscheidungsmerkmale auf, um Capgeminis einzigartigen Charakter und Stärken als Geschäftspartner widerzuspiegeln. Diese beschreiben, wie das Unternehmen die gesamte Bandbreite der geschäftlichen Herausforderungen seiner Kunden angeht, um deren Ambitionen in der digitalen Welt zu ermöglichen. Die drei Säulen sind: Dynamik, Präzision und Menschen.

„Jetzt sind 13 Jahre vergangen, seitdem wir unser Logo erneuert haben. Inzwischen gab es viele Veränderungen - sowohl Größe, Art und Ausmaß unserer Geschäftstätigkeit - als auch der gesamte Markt haben sich gewandelt. Dieses Jahr feiern wir nicht nur unser 50-jähriges Jubiläum, sondern haben uns zudem entschlossen, unserem Außenauftritt entsprechend den veränderten Rahmenbedingungen Ausdruck zu verleihen. Ich bin stolz, dass ich heute unsere verjüngte Marke mit ihrem neuen Erscheinungsbild vorstellen kann, die unseren einzigartigen Charakter, unsere Ambition, unsere Leidenschaft sowie unsere Stärken voll und ganz widerspiegelt“, kommentiert Virginie Regis, Mitglied des Group Executive Committee und Marketing & Communications Director der Capgemini-Gruppe. *„Unsere neue Identität zeigt, wie agil und beweglich wir sind und wie wir unseren Kunden dabei helfen, neue Kundenerlebnisse zu schaffen, die wir passgenau und vertrauensvoll für sie entwickeln. Im jetzigen digitalen Zeitalter möchten wir unseren Namen durch ein frisches handgeschriebenes Format eine menschliche Komponente geben. Dabei ist die Überarbeitung der Markenarchitektur der Gruppen-Marken bereits im vollen Gange.“*



Eine neue handgeschriebene Wortmarke: Grundlegender Ausdruck von Menschlichkeit und Engagement bei Capgemini

Im Mittelpunkt steht die Vision von Capgemini, dass Technologie nichts ohne die Menschen dahinter ist. Der handgeschriebene Name ist nun vollständiger Bestandteil des Capgemini-Logos, das den Slogan „People matter, results count.“, der 2010 eingeführt wurde, verkörpert und der heute noch aktuell ist.

Neues Pik: Präzision durch positive Energie

Traditionell ist es die höchste Farbe in einem Kartenspiel - das Pik von Capgemini ist jetzt fließend und dynamisch, hat aber immer noch Spitzen für Präzision und Genauigkeit, denn diese Attribute sind für die erfolgreiche Kundenbetreuung unabdingbar. Das Pik ist jetzt flexibel, digital freundlich und wendig.

Eine neue belebende Farbpalette

Das Blau von Capgemini leuchtet und ist lebhaft. Das dunklere Blau steht für seine Tradition sowie für die Verlässlichkeit der Marke und seiner Menschen, während das hellere Blau die neue Welt repräsentiert - energetisch, inspirierend und frei denkend. Die Blautöne existieren aber nicht allein, Capgemini wird mit einer Reihe von kräftigen Farben aufwarten, um diesen frischen neuen Look zum Leben zu erwecken.

„In Zeiten der Digitalisierung ist die Markenidentität wichtiger denn je. Für uns als B2B-Unternehmen, ist es wichtig, dass unsere Marke die Werte des Unternehmens transportieren. Bei unseren Kunden und Mitarbeitern wollen wir auf den ersten Blick den richtigen Eindruck hinterlassen“, betont Sabine Reuss, Vice President und Marketing & Communications Director bei Capgemini in Deutschland, Österreich und der Schweiz *„Mit diesem neuen Logo und dem sehr lebendigen Auftritt schärfen wir unser Profil und differenzieren uns deutlich im Markt.“*

Hinweis:

Ein hochauflösendes Bild der neuen Markenidentität von Capgemini ist auf Nachfrage erhältlich.

Über Capgemini

Mit mehr als 190.000 Mitarbeitern ist Capgemini in über 40 Ländern vertreten und feiert 2017 sein 50-jähriges Firmenjubiläum. Als einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing-Dienstleistungen erzielte die Gruppe 2016 einen Umsatz von 12,5 Milliarden Euro. Gemeinsam mit seinen Kunden entwickelt Capgemini Geschäfts-, Technologie- sowie Digitallösungen, die auf die individuellen Kundenanforderungen zugeschnitten sind. Damit sollen Innovationen ermöglicht sowie die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt werden. Als multinationale Organisation und mit seinem weltweiten Liefermodell Rightshore® zeichnet sich Capgemini durch seine besondere Art der Zusammenarbeit aus – die Collaborative Business Experience™.

Erfahren Sie mehr unter <http://www.at.capgemini.com>.

Rightshore® ist eine eingetragene Marke von Capgemini