

Red Dot Award voor merkidentiteit Geberit

Nieuwegein, december 2020 – Geberit heeft de internationaal geprezen Red Dot Award voor Brands & Communication Design in de wacht gesleept. De prijs is uitgereikt voor de nieuwe merkidentiteit, waaronder de strategische richting en uitbreiding van het bedrijfsmodel.



GEBERIT

**BETTER BATHROOMS,
BETTER LIVES**

Een ruimtelijke sensiek door de in de wand geïntegreerde spiegelkast.

Frisse lucht met Ductfresh geïntegreerde ventilatie.

Verborgen opbergruimte dankzij de inbouw nis.

Een schonere wc door de Turboflush spoeltechnologie.

DESIGN MEETS FUNCTION

Er valt zoveel te vertellen over onze producten. Maar om een lang verhaal kort te maken: een Geberit badkamer maakt het dagelijks leven gewoon aangenamer. De vele aantrekkelijke functies zorgen voor extra ruimte, perfecte hygiëne, maximaal comfort, tijdloos design en een eenvoudige toegankelijkheid. Ervaar meer op geberit.nl/behoeften

GEBERIT

GEBERIT ONE.
HET BESTE
VAN TWEE WERELDEN
WORDT ONE

**KNOW
HOW
INSTALLED**

Met Geberit ONE nemen we de volgende stap en combineren wij onze Knowhow op het gebied van techniek achter de wand met de kennis van keramiek en design voor de wand. Met deze volledig geïntegreerde oplossing voor de badkamer bieden we zowel technisch als esthetisch een uitzonderlijke badkamerserie.

www.geberit.nl/one

'Design Meets Function' en 'Know-How Installed': Met de uitbreiding van het productportfolio richt het merk Geberit zich op zowel eindgebruikers als op vakmensen. Dit wordt gesymboliseerd door de producten uit de Geberit ONE badkamerserie, die de expertise van Geberit achter de muur en voor de muur combineren.

Met de intrede in de keramieksector ongeveer zes jaar geleden, breidde Geberit - tot dan toe vooral bekend bij vakmensen als een sterk merk in sanitairtechnologie – haar productportfolio uit en richtte zich daarmee op nieuwe markten en doelgroepen. Martin Baumüller, Head Division Marketing & Brands bij Geberit: 'Daarbij combineren we technische knowhow 'achter de muur' met expertise 'voor de muur' en spreken we ook eindgebruikers aan met het merk. Dit komt tot uiting in onze nieuwe merkstrategie.'

'Knowhow Installed' en 'Design Meets Function'

Terwijl de beproefde claim 'Know-How Installed' zich richt op bestaande B2B doelgroepen, zoals sanitairinstallateurs en loodgieters, is het doel van de nieuwe claim 'Design Meets Function' interieurontwerpers, architecten, showrooms en eindgebruikers aan te spreken. Deze herpositionering was nodig na de intrede van Geberit in de keramieksector in 2015. Volgens de Red Dot Award-jury was de merkevolutie van B2B naar B2B2C, die Geberit de afgelopen jaren consequent heeft gevolgd, voorbeeldig. Naar hun mening is Geberit nu naast een technisch sanitairmerk, ook een publieksmerk.

Red Dot-jury

Met de uitbreiding van haar doelgroepen van B2B naar B2B2C richt Geberit zich op een combinatie van design en functionaliteit. Dit omvat een duidelijk onderscheid ten opzichte van concurrenten, dankzij esthetisch aantrekkelijke en tegelijkertijd ook functionele producten, die gericht zijn op de hedendaagse behoeften in de badkamer. Een bijzondere vermelding was er ook voor de consequent uitgebreide huisstijl, de merkconcepten en hun karakteristieken, die zijn vertaald in een solide DNA van het merk.

Het nieuwe B2B2C-merkimago wordt internationaal gebruikt op alle marketingniveaus, inclusief marketingcampagnes, showrooms, POS-materiaal, evenementen en beurzen. Het doel is om voor een uniforme, sterke identiteit te zorgen én om de leidende positie van het merk in de markten verder uit te bouwen. www.geberit.nl

Noot voor de redactie:

Voor vragen, informatie, beelden en brochures kunt u contact opnemen met: MIES PR, Michelle de Ruiter, Michelle@miespr.nl of tel: +31 6 45740465.

Downloadlink tekst en HR-beelden:

<https://www.miespr.nl/geberit-download-red-dot-award-voor-merkidentiteit-geberit/>

Over Geberit

De wereldwijd opererende Geberit Group, met het hoofdkantoor in Rapperswil-Jona (Zwitserland), is Europees marktleider op het gebied van sanitairproducten. Het assortiment omvat badkamerkeramiek, sanitair- en leidingsystemen. Dit complete assortiment stelt Geberit in staat om innovatieve en veelzijdige badkameroplossingen uit één hand aan te bieden, zowel voor als achter de muur. Geberit producten worden op een verantwoorde manier geproduceerd van kwalitatieve, duurzame materialen en vormen de perfecte balans tussen elegant design en uitstekende functionaliteit. De producten kunnen toegepast worden in nieuwbouw, maar ook bij renovaties en modernisering. Het productienetwerk omvat 29 productiefaciliteiten, waarvan er 6 buiten Europa gevestigd zijn. De groep heeft haar hoofdkantoor in Rapperswil-Jona, Zwitserland. Met ongeveer 12.000 medewerkers in ongeveer 50 landen, heeft Geberit in 2019 een netto-omzet van CHF 3.1 miljard gegenereerd. De Geberit aandelen zijn genoteerd aan de SIX Swiss Exchange en zijn sinds 2012 opgenomen in de SMI (Swiss Market Index).