



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 1 von 3

Fit für die Zukunft: ŠKODA AUTO präsentiert neue Corporate Identity

- › Neue Corporate Identity von ŠKODA AUTO greift lange Tradition der Marke auf und weist gleichzeitig in die Zukunft der Mobilität
- › Neue Bildmarke für verbesserte Darstellung mit Schwerpunkt auf digitalen Kommunikationskanälen, stärkere Verwendung der neuen ŠKODA-Wortmarke
- › Neuer Markenauftritt wird zunächst auf Informations- und Kommunikationsmaterialien ausgerollt, dann auch auf künftigen Modellen

Mladá Boleslav, 30. August 2022 – Mit der umfassendsten Veränderung seiner Corporate Identity (CI) seit 30 Jahren hebt ŠKODA AUTO seinen Markenauftritt auf eine neue Stufe. Eine neue Bildmarke sorgt für eine verbesserte Darstellung, insbesondere auf digitalen Kommunikationskanälen. Außerdem wird die ŠKODA-Wortmarke künftig häufiger verwendet als die Bildmarke des Unternehmens. Der neue Markenauftritt wird zunächst auf Informations- und Kommunikationsmaterialien und anschließend auf künftigen Modellen ausgerollt.

Martin Jahn, ŠKODA AUTO Vorstand für Vertrieb und Marketing, sagt: „Mit unserer neuen Corporate Identity heben wir den gesamten Markenauftritt auf das nächste Level. Nicht nur unser Modellportfolio entwickelt sich weiter, unsere Kunden tun es auch. Für uns ist das die perfekte Gelegenheit, um unsere Marke fit zu machen für das Jahrzehnt der Transformation und das Look and Feel an die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden anzupassen. Unsere Corporate Identity zeichnet sich durch ein modernes, unverwechselbares Design aus und bringt unseren Digital-First-Ansatz klar zum Ausdruck.“

Unter Leitung der Marketingabteilung waren an der Ausarbeitung der neuen Corporate Identity Mitarbeiter aus verschiedenen Unternehmensbereichen beteiligt. Um das künftige Logodesign festzulegen, wurden außerdem 2.200 Personen aus sechs Schlüsselmärkten – Deutschland, Indien, Israel, Italien, Norwegen und Tschechien – zu ausgewählten Versionen des Logos interviewt. Diese Entwürfe wurden aus insgesamt 165 Designs ausgewählt.

Neu gestaltete ŠKODA Wortmarke wird künftig häufiger verwendet als die Bildmarke

In der Marketingkommunikation wird die ŠKODA-Wortmarke künftig deutlich stärker verwendet als die Bildmarke des Unternehmens. Die komplett neue Typografie kombiniert symmetrische Formen mit Rundungen und Kanten. Eine Herausforderung war die Integration des Hakens über dem „S“, der sogenannte Háček verweist auf das historische tschechische Erbe von ŠKODA. Nun ist das Schriftzeichen in den Buchstaben integriert. Die Umfragen hatten ergeben, dass die typografische Wortmarke einen höheren Wiedererkennungswert bietet und höhere Identifikationswerte erzielt.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 2 von 3

Neue Bildmarke: Schwerpunkt auf digitaler Kommunikation

Das Logo mit dem geflügelten Pfeil wurde ebenfalls verändert, allerdings weniger grundlegend als die Wortmarke. Künftig präsentiert sich das neue Markenlogo ohne die skulptural wirkende 3D-Grafik. Damit trägt der Automobilhersteller einer immer stärkeren Verlagerung der Marketingaktivitäten von Print zu Online Rechnung. Das schlichtere, zweidimensionale Logo kommt insbesondere auf mobilen Endgeräten deutlich besser zur Geltung, zudem lässt es sich flexibler in verschiedene Formate integrieren.

Neue Corporate Identity: Farben, die für Elektromobilität und Nachhaltigkeit stehen

Farblich setzt ŠKODA AUTO nun auf zwei verschiedene Grüntöne: Smaragd- und Elektrogrün. In entsprechenden Umfragen wurden sie von vielen Teilnehmern mit Ökologie, Nachhaltigkeit und Elektromobilität in Verbindung gebracht.

Die neue Corporate Identity wird schrittweise über sämtliche Touchpoints ausgerollt, zunächst auf Informations- und Kommunikationsmaterialien, ab 2024 auch auf neu eingeführten Modellen. Auch die Infotainmentsysteme und andere Elemente der ŠKODA-Fahrzeuge werden im neuen Design gestaltet sein. Im Rahmen der Neugestaltung wird sich auch das Design in den Niederlassungen der Vertragshändler verändern.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 3 von 3

Weitere Informationen:

Vítězslav Kodym

Leiter Produktkommunikation

T +420 326 811 784

vitezslav.kodym@skoda-auto.cz

Štěpán Řehák

Produktkommunikation

T +420 734 298 614

stepan.rehak@skoda-auto.cz

ŠKODA Media Room

skoda-storyboard.com

Download
the ŠKODA Media Room app



Folgen Sie uns auf twitter.com/skodaautonews, um die neuesten Nachrichten zu erhalten. Alle Inhalte zu EXPLORE MORE finden Sie unter [#SKODAEExploreMore](https://twitter.com/skodaautonews).

ŠKODA AUTO

- › steuert mit der NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 erfolgreich durch das neue Jahrzehnt.
- › strebt an, bis 2030 mit attraktiven Angeboten in den Einstiegssegmenten und weiteren E-Modellen zu den fünf absatzstärksten Marken Europas zu zählen.
- › entwickelt sich zur führenden europäischen Marke in wichtigen Wachstumsmärkten wie Indien oder Nordafrika.
- › bietet seinen Kunden aktuell zwölf Pkw-Modellreihen an: FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA und SUPERB sowie KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ iV, ENYAQ COUPÉ iV, SLAVIA und KUSHAQ.
- › lieferte 2021 weltweit über 870.000 Fahrzeuge an Kunden aus.
- › gehört seit 30 Jahren zum Volkswagen Konzern, einem der global erfolgreichsten Automobilhersteller.
- › fertigt und entwickelt selbständig im Konzernverbund neben Fahrzeugen auch Komponenten wie Motoren und Getriebe.
- › unterhält drei Standorte in Tschechien; hat Fertigungskapazitäten unter anderem in China, Russland, der Slowakei und Indien vornehmlich über Konzernpartnerschaften sowie in der Ukraine mit einem lokalen Partner.
- › beschäftigt 45.000 Mitarbeiter weltweit und ist in über 100 Märkten vertreten.