20. Juli 2020

Toyota stellt neues Markendesign vor

Logo, Layout und Typografie für alle Kommunikationskanäle modernisiert

- Toyota führt europaweit neues Unternehmenslogo und neue Designsprache ein
- Neues Design läutet digitales Zeitalter ein
- Einführung beginnt mit dem Markstart des neuen Toyota Yaris

Köln. Mit einer überarbeiteten Version des Unternehmenslogos sowie einer neuen Hausschrift präsentiert Toyota in Europa sein neues Markendesign. Damit signalisiert das Unternehmen den Beginn einer neuen Ära: den Übergang von einem Automobilproduzenten hin zu einem zukunftsweisenden Mobilitätspartner. Mit dem neuen Design spricht das Unternehmen ein zunehmend vielfältigeres Kundenspektrum an, das das stetig wachsende Angebot an neuen Mobilitätsprodukten und -dienstleistungen in Anspruch nimmt.

Die neue visuelle Identität (Visual Identity, „VI“) ist von Schlichtheit bestimmt und wird von vier Schlüsselprinzipien geprägt: mobil, zukunftsorientiert, hochwertig und einheitlich für sämtliche Geschäftsbereiche, wie beispielsweise die Toyota Kreditbank GmbH und Toyota Insurance Services (vormals Toyota Insurance Management). „Wir haben das neue visuelle Design der Marke mit Blick auf ‚Morgen‘ entwickelt“, erklärt Didier Gambart, Vice President, Sales, Marketing & Customer Experience bei Toyota Motor Europe. „Es ermöglicht uns in Zukunft eine bessere Verbindung mit unseren Kunden über eine Vielzahl von Berührungspunkten. Erstmals wird es bei der Premiere des neuen Toyota Yaris zu sehen sein.“

Dem Gedanken der Einfachheit folgend, zeigen sich die Toyota Ellipsen im neuen Logo ab sofort in einem zweidimensionalen, einfarbigen Design. Darüber hinaus vermittelt das neue Design Transparenz und Modernität und ist auf den Einsatz im digitalen Raum angepasst, bleibt dabei aber auch in der physischen Welt effektiv. Erstmals wird das Logo auch ohne Wortmarke dargestellt. Es wird auf allen Kommunikationskanälen zum Einsatz kommen; das aktuelle Logo schmückt weiterhin die Fahrzeuge. Die Signalisation der Toyota Händlerbetriebe bleibt ebenfalls unverändert. Sie wird im Zuge der Toyota 2025 Netzwerkstrategie überprüft.

„Durch Reduktion und die Konzentration auf unsere wesentlichen Produkt- und Markenbotschaften schaffen wir einen klaren Markenauftritt“, ergänzt Klaus Kroppa, Direktor

Marketing bei Toyota Deutschland. „Das moderne Design hilft uns dabei, mit frischem Wind aus der aktuellen schwierigen Situation gestärkt hervorzugehen.“

Zusammen mit der neuen visuellen Identität wird auch die maßgeschneiderte Typografie „Toyota Type“ eingeführt. Sie ist sowohl für Online- als auch für Offline-Umgebungen vielseitig einsetzbar und ermöglicht offene und ansprechende Kundenbeziehungen.

Diese Meldung und weitere Informationen rund um Toyota finden Sie auch unter:
www.toyota-media.de
Ihr Ansprechpartner bei redaktionellen Rückfragen:
Sandra Tibor, Tel. (02234) 102-2235, Fax (02234) 102-992235
Sandra.Tibor@toyota.de