

Branders

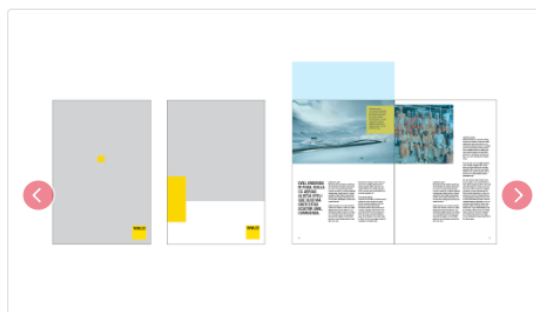
## Gelbes Quadrat als Fundament

Nach 100 Jahren Bestehen will das Bauunternehmen Walo nun mit den Tochtermarken einheitlicher auftreten.



Die neue, monumentale Bildwelt heroisiert die Bauwerke und Arbeit von Walo und zeige ihre Weitsicht und Haltung, über die Dinge hinaus zu denken. (Bild: zVg.)

Wie vermittelt man die gemeinsame Vision einer Unternehmensgruppe, die in mehr als 100 Jahren aus heterogenen Teilen entstanden und gewachsen ist? Mit einer konsequenten Unternehmensmarkenstrategie und einem darauf basierenden Rebranding, das die Marke langfristig stärkt, wie es in einer Mitteilung von Branders heisst.



Das neu entwickelte Designsystem basiere auf dem Walo-Logo. Das kleine gelbe Quadrat fungiere als Fundament, Baustein und Qualitätssiegel und tauche dort auf, wo Walo bauliche Akzente gesetzt hat. Nach einem sanften Redesign ist das ikonographische Walo-Logo laut Mitteilung besser lesbar und – wie in der heutigen digitalen Welt unabdingbar – responsiv. (pd/lo)