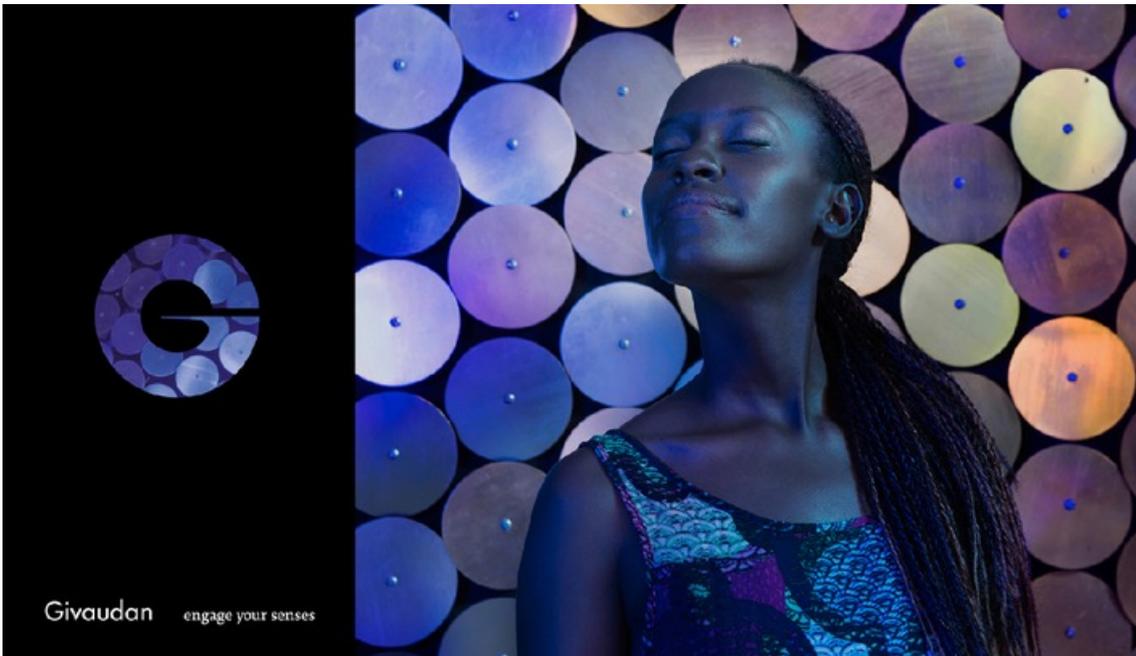


30.01.2015 – 07:50 Uhr

## Interbrand macht Düfte für Givaudan sichtbar / Die Neupositionierung rückt die B2B Marke näher an den Konsumenten



Köln (ots) -

- Querverweis: Video ist abrufbar unter:  
<http://www.presseportal.de/video> -

Interbrand entwickelt neuen Markenauftritt für den global agierenden Duft- und Aromahersteller Givaudan. Seit über 120 Jahren vertrauen weltweit die führenden Hersteller im Bereich Luxusparfümerie, Konsumgüter, Lebensmittel- und Getränkeindustrie dem Marktführer. Der Konsument kommt täglich unzählige Male mit der Marke in Kontakt, ist sich dessen aber nicht bewusst. In einem weltweit angelegten Fotoshooting hat Interbrand Menschen und Destinationen festgehalten die starke Sinneseindrücke auslösen. Diese individuellen Momente beleben seit dem 4. Dezember das Markenzeichen von Givaudan, oder wie es CEO Gilles Andrier ausdrückt: "Ich schätze die Markenkompetenz von Interbrand sehr. Sie haben uns erfolgreich bei der Entwicklung einer differenzierten B2B-Marke unterstützt, mit einer klaren Positionierung, die einen deutlichen Fokus auf die Konsumentenwünsche legt. Unsere attraktive neue visuelle Identität macht deutlich, dass unsere Produkte die Menschen tatsächlich berühren und Emotionen hervorrufen."

Die Markenidee visualisiert individuelle Erinnerungen, Sehnsüchte und Visionen

Einzigartige und innovative Duftstoff- und Aromakreationen bekommen ein individuelleres Gesicht. Givaudan ist überall und die Produkte begegnen einem in Shampoos, Zahnpasten, Parfums, Deos, Kaugummis, Getränken, Snacks usw. Gerüche haben von allen Sinnen den direktesten Zugang zum Gehirn. Oft genügt ein Hauch eines Duftes der einen in die Kindheit, die Jugend oder an einen bestimmten Ort zurückversetzt. Wer kann nicht eine Erinnerung aufzählen die ganz eng mit einem Geruch oder Geschmack in Verbindung steht.

Die Nähe zum Konsumenten wird jetzt auch durch die Marke erlebbar gemacht

Das von Interbrand gemeinsam mit dem Kunden entwickelte Rebranding der Traditionsmarke nutzt das immense Wissen über Konsumenten nun auch in der Kommunikation. Ziel des Rebrandings war es, ein neues Markenverständnis bei allen Zielgruppen zu schaffen. So präsentiert sich Givaudan seit dem 4. Dezember mit Bildern, die Erinnerungen, Sehnsüchte und Visionen zelebrieren. Oder wie Andreas Rotzler von Interbrand sagt: "Menschen schliessen ihre Augen wenn sie geniessen, weil man die schönsten Momente im Kopfkino erlebt." Dies stellt in einer Industrie, welche bis dahin sehr selbstbezogen war und in erster Linie über die eigenen Technologien und Ingredienzen sprach, eine radikale Wende dar. Dank der Neupositionierung präsentiert sich das Unternehmen ausdrucksstark und emotional. Damit wird sich Givaudan im globalen Wettbewerb nachhaltig stärken und seine Attraktivität bei Kunden und Partnern sowie als Arbeitgeber weiterhin steigern.

Givaudan Medieninformationen und Kontakt finden sie unter [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com)

Über Interbrand

Interbrand, gegründet 1974, ist mit fast 40 Büros in 27 Ländern eine der führenden Markenberatungen weltweit. Mit analytischer

Präzision, kreativen Strategien und Design auf höchstem Niveau macht Interbrand Marken zu einem wirkungsvollen Instrument unternehmerischen Handelns und schafft so Wert für seine Kunden.

Interbrand veröffentlicht jährlich die allgemein anerkannte Studie "Best Global Brands" sowie den darauf basierenden Best Global Green Brands Report, der die Diskrepanz zwischen Kundenwahrnehmung und tatsächlicher Markenperformance in Bezug auf Nachhaltigkeit identifiziert.

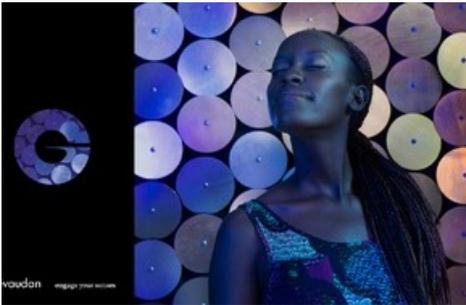
[www.interbrand.com](http://www.interbrand.com)

Kontakt:

Ingrid Notter, IN Communication, M +41 76 369 01 46

Sandra Köhler, Corporate Communications Manager  
T +49 221 95172 159, M +49 171 53 42 314,  
[sandra.koehler@interbrand.com](mailto:sandra.koehler@interbrand.com)

#### Medieninhalte



*Givaudan: Making the invisible visible Weiterer Text über OTS und  
[www.presseportal.de/pm/38700](http://www.presseportal.de/pm/38700) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke  
honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Interbrand/Amanda Camenisch"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015960/100767892> abgerufen werden.