

08.09.2022 – 09:02 Uhr

LKQ Europe setzt Transformation zum neuen Branding mit dem Launch der Unternehmenswebsite inklusive Newsroom fort



Zug, Schweiz (ots) -

Mit der neuen Website und dem Newsroom bringt der europäische Marktführer im Automotive-Aftermarket seine neue Corporate Identity zum Ausdruck, um näher an seinen Kunden, Medienvertretern und wichtigen Stakeholdern zu sein und neue Markendesignstandards in der Branche zu setzen.

Zug, Schweiz. LKQ Europe verstärkt mit dem nächsten Schritt in der Neugestaltung seiner Corporate Identity und seines Markendesigns seine Position als globaler und innovativer Marktführer im Aftermarket. Heute ist die neue Unternehmenswebsite von LKQ Europe offiziell online gegangen und LKQ setzt damit neue Markendesignstandards in der Branche.

Neue LKQ-Europe-Website

Zum ersten Mal seit dem Einstieg von LKQ in den europäischen Markt im Jahr 2011 bietet LKQ Europe eine umfassende zentrale Informationsquelle für alle Stakeholder. Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Investoren, Organisationen, Medienvertreter und alle interessierten Zielgruppen können nun LKQ Europe und sein Angebot als führender Teilegroßhändler für Autos, Nutzfahrzeuge und Industriefahrzeuge in Europa entdecken.

"Als Marktführer im KFZ-Aftermarket möchten wir auch führend in der Branche sein, wenn es um Design geht und gleichzeitig neue Standards in Bezug auf Marken- und Erlebnisdesign sowie digitale Kundenerfahrungen setzen. Wir sind nun in der Lage, unsere Marke effektiv, effizient und einheitlich in allen Kundensegmenten, Märkten, Kontaktpunkten, Kanälen und Assets einzusetzen und zu kommunizieren. Die neue Website von LKQ Europe ist wesentlich, um unsere Zielgruppen auf dem ganzen Kontinent zu erreichen. Unser Ziel ist es, Spitzenleistungen zu erbringen, unseren Bekanntheitsgrad kontinuierlich zu verbessern und zum Sprachrohr im unabhängigen Aftermarket in Europa zu werden. Die Website ist für uns ein wichtiger Meilenstein auf diesem Weg." sagt Dr. Christiane Lesmeister, Director of Communications bei LKQ Europe.

Newsroom mit detaillierten Einblicken zu LKQ Europe und in die Branche

Die Website bietet einen umfassenden Newsroom, in dem alle Medien und wichtigen Interessengruppen Zugang zu den neuesten Informationen des Unternehmens haben. Der Newsroom bietet Medienvertretern und allen interessierten Stakeholdern Nachrichten, Geschichten, Interviews und Brancheneinblicke rund um die Strategie und die Geschäftsaktivitäten von LKQ Europe und den Automobil-Aftermarket. Der Newsroom enthält auch eine Mediendatenbank für den einfachen Zugriff auf urheberrechtsfreie Bilder, Firmenlogos und Videomaterial: [LKQ Europe Newsroom](#).

Die Markentransformation bei LKQ Europe geht weiter

Im Juni 2022 kündigte LKQ die Umgestaltung zu einer neuen Unternehmensmarke und Corporate Identity an, um den Aufbau einer einheitlichen Unternehmenskultur in den europäischen Teams zu unterstützen. Dafür hat sich das Unternehmen mit den Branding- und Transformationsexperten von Kenza in Berlin zusammengetan, um eine neue globale Corporate Identity zu entwickeln, das künftige Erscheinungsbild von LKQ zu gestalten und eine Kampagne zur Markenwahrnehmung zu entwickeln.

"Gemeinsam mit dem Team von LKQ bestand unser Ziel darin, LKQ in eine Marke zu verwandeln, die Menschen, Unternehmen und die Welt in Bewegung bringt. Wir haben ein modernes Markendesignsystem entwickelt, das die marktführende Stellung von LKQ

weiter ausbauen und über alle Kontaktpunkte und Geschäftssegmente hinweg lohnende Erfahrungen ermöglichen wird", erklärt Nusi Drljevic, Managing Director von Kenza.

Der Einführung des neuen Branding- und Designsystems ging eine umfassende und detaillierte Analyse der Markenarchitektur, des Portfolios und der Leistungen von LKQ voraus. Das Ergebnis war nicht nur ein modernisiertes Logo, sondern auch frischere Farben und Typografien, eine moderne und reichhaltige Bild- und Symbolsprache sowie Motion-Designs, die alle auf einer digitalen Markenplattform verfügbar sind. Was früher aus Fragmenten bestand, ist jetzt ein harmonisiertes und vereinfachtes System, das es LKQ Europe ermöglicht, die Beziehungen zu allen seinen Zielgruppen zu vertiefen.

"Kenza hat hervorragende Arbeit geleistet, und LKQ kann neue Industriestandards setzen und ein hochmodernes Design und eine Corporate Identity anwenden, indem die Marke LKQ modernisiert und für das post-digitale Zeitalter fit gemacht wurde. Wir haben den ersten Schritt getan und freuen uns auf weitere Meilensteine in der Zukunft", betont Christiane Lesmeister.

Über Kenza

Kenza ist ein Design- und Business Transformation Beratungsunternehmen mit dem Fokus auf zukunftsfaehige und nachhaltige Loesungen.

Über LKQ Europe

LKQ Europe mit Sitz in Zug, Schweiz, eine Tochtergesellschaft der LKQ Corporation, ist der führende Teilegroßhändler für Autos, Nutzfahrzeuge und Industriefahrzeuge in Europa. Sie beschäftigt derzeit rund 26.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem Netz von über 1.000 Niederlassungen mit rund 6,1 Mrd. USD Umsatz im Jahr 2021. Das Unternehmen beliefert über 100.000 freie Werkstätten in über 20 Ländern Europas.

Zur Gruppe gehören Euro Car Parts, LKQ Fource, RHIAG Group, Elit, LKQ CZ, die STAHLGRUBER Group sowie der Recyclingspezialist Atracco. LKQ hält außerdem eine Minderheitsbeteiligung an der MEKO Group.

Pressekontakt:

LKQ Europe Communications
T +41 41 884 84 41
E communications@lkqeuropa.com
W www.lkqeuropa.com
LKQ Europe GmbH
Zählerweg 10
6300 Zug

Medieninhalte

LKQ Logo Black / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100081509 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/LKQ Europe"



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100081509/100894526> abgerufen werden.