

MARKEN-RADAR

Wie ein starkes Branding den Weg weist

Der Markenexperte Stefan Vogler kommentiert in jedem FRZ Magazin das wichtigste Element des Erscheinungsbildes – das Logo – eines FRZ Mitglieds, heute dasjenige von Alpine Immobilien AG. www.alpine-immo.ch

Das Immobilienunternehmen mit dem ansprechenden Markenversprechen "Wir geben Menschen Raum zur Entfaltung" hat sich mit der Marke «Alpine» klar positioniert. Sie vermittelt einen authentischen Bezug zur Gründer- und Besitzerfamilie. Das Charakteristische am Alpine-Logo ist das Doppel-A-Symbol in Hellgrün und der klare Schriftzug in Grossbuchstaben. Die elegant-moderne, aber nicht modernistisch wirkende, breite Grotesk-Schrift (Bezeichnung für Schriften ohne Serifen, auch Füsschen genannt) bleibt auch in kleiner Grösse gut lesbar. ALPINE wirkt selbstbewusst und folgt dem Anspruch an gutes Branding: "Simplicity is better". Das alte Logo beinhaltete noch die Zusatzbezeichnung "Finanz" aus dem alten Firmennamen, wurde beim Redesign jedoch



auf "ALPINE" reduziert, was inhaltlich richtig und wichtig war und die Aufmerksamkeit und Wirkung erhöhte. Alpine positioniert sich als erste Adresse für umfassende Immobilienangebote und Dienstleistungen, primär um die Flughäfen von Zürich und Berlin, aber zunehmend auch in weiteren bedeutenden Wirtschaftsräumen der DACH-Region. Das signalgrüne Symbol wirkt stark, im Gegensatz zum alten Symbol in Dunkelgrün, welches edel, aber eher etwas antiquiert und zu klassisch für das dynamische, zukunftsgerichtete Unternehmen wirkte. Formal kann das Symbol auf den ersten Blick mit Bergen, in Kombination mit dem Schriftzug Alpine, sogar mit den Alpen

Das neue Logo garantiert eine hohe Wiedererkennbarkeit Es wirkt dank Grotesk-Schrift, vereinfachtem Symbol in frischem Hellgrün moderner, dynamischer und erzielt eine höhere Signalwirkung als die frühere Version, das klassisch traditionell wirkt (unten).



assoziiert werden. Das gesamte, ästhetisch gestaltete Erscheinungsbild mit interessanten Sekundärfarben und besonderen Farbverläufen mit der hellgrünen Primärfarbe und gepflegter Typografie wirkt elegant. Die Website ist einfach und klar strukturiert. Der gesamte Auftritt von Alpine Immobilien AG zeugt von einem etablierten und kompetenten Unternehmen. Der Mut, den Zusatz "Finanz" wegzulassen, hat sich ausgezahlt. Der starke und treffende Name Alpine wird als Marke noch stärker wahrgenommen. Dank der auch nach dem Redesign beibehaltenen Domain alpine-immo.ch, der grafischen Fassadenstruktur und dem emotional

MARKEN-RADAR

wirkenden, beschreibenden Claim wird Alpine auf der Website deutlich als Immobilienunternehmen wahrgenommen. Das professionell gestaltete Branding lässt erahnen, dass die Marke ambitionierte Ziele verfolgt.

„Alpine“ – eine attraktive Marke

Der Begriff „Alpine“ ist in den romanischen Sprachen und im Deutschen gleich geschrieben und bedeutet „alpin“ oder „alpenländisch“. Er weckt positive Assoziationen mit den Alpen, die in Europa als Symbol für erhabene Berge und Naturschönheit gelten. Der Grossbuchstabe „A“ wirkt zudem wie eine Bergspitze, was ihn zu einem idealen Symbol für Alpine-Marken macht. Der Begriff „Alpine“ wird häufig verwendet, um Qualität, Leistung und Spitzenleistung zu vermitteln. Unternehmen, die mit ihrer Marke „Alpine“ hoch hinaus wollen, nutzen den Begriff daher, um sich als führend in ihrer Branche zu positionieren. Im Schweizer Markenregister sind derzeit über 140 aktive Wort- und Bildmarken mit dem Bestandteil „Alpine“ eingetragen. Dies zeigt, dass der Begriff ein attraktiver Markenname ist, der in vielen Branchen verwendet wird.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Begriff "Alpine" weit mehr als nur eine geografische Bezeichnung ist. Er steht für Qualität, Leistung und Erhabenheit, was ihn zu einem mächtigen Werkzeug in der Markenbildung und im Marketing macht. Ob in der Automobilindustrie, im Immobilienbereich, in der Finanzwelt oder in anderen Sektoren, "Alpine" verkörpert eine Mischung aus Tradition, Qualität und Spitzenleistung, die von Unternehmen weltweit geschätzt und genutzt wird, um ihre Markenidentität zu stärken und ihre Botschaften zu kommunizieren.



Markenexperte Stefan Vogler ist Berater für Branding, Marketing & Kommunikation, Dozent und Studiengangsleiter an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, als Verwaltungsrat und **Sparringpartner** tätig.
www.markenexperte.ch

Über Alpine Immobilien AG

ALPINE – Alpine Immobilien AG – ist ein seit drei Generationen familiengeführtes Schweizer Immobilienunternehmen. Die Flughafenregion Zürich ist mehr als nur der Firmensitz für das Unternehmen. Der Tätigkeitsschwerpunkt von ALPINE liegt auf der Entwicklung und Bestandshaltung von Büro- und Geschäftshäusern im Umfeld der Flughäfen von Zürich und Berlin sowie weiteren bedeutenden Wirtschaftsräumen in der Schweiz und Deutschland.

Die Gründer- und noch heutige Besitzerfamilie ist mit Maximilian Spick als Leiter Bau und von ALPINE Berlin in der Geschäftsleitung vertreten. Der langjährige CEO Roger Stucki vertritt ALPINE als engagiertes Mitglied in der FRZ Flughafenregion Zürich – Wirtschaftsnetzwerk & Standortentwicklung. Alpine Immobilien AG ist Official Partner der FRZ.

Mit einem Expertenteam begleitet ALPINE Kunden in allen Immobilienfragen: von der Vermietung passender Räumlichkeiten über die Beratung bei Umbauten bis zur Entwicklung der optimalen Bewirtschaftungslösung – alles hausintern und aus einer Hand.

Mehr: www.alpine-immo.ch