

Excellent life cycle performance for loading, lifting and handling solutions

BRANCHE: Maschinenbau, Spezialisierung auf Entwicklung und Vertrieb von hydraulischen Kran- und Hebelösungen für den Land- und maritimen Bereich

STANDORT: Bergheim bei Salzburg, Österreich

UNSERE LEISTUNG: Definition der strategischen Positionierung, Entwicklung der globalen Markenarchitektur, Erarbeitung von Spielregeln zur Führung des Markenportfolios in Vertrieb und Kommunikation

Ausgangslage

Die PALFINGER AG ist ein international tätiges Maschinenbauunternehmen und führender Anbieter hydraulischer Hebelösungen wie Ladekrane, Hubarbeitsbühnen, Ladebordwände, Eisenbahnsysteme, Marinekrane und Offshore-Equipment. Palfinger bietet smarte Komplettlösungen mit Fokus auf Effizienz und Benutzerfreundlichkeit für diverse Branchen: Bauwirtschaft, Transport, Logistik, Abfallwirtschaft, Land- und Forstwirtschaft. Das Wachstum erfolgte neben Eigenentwicklung auch durch Zukäufe weltweit. Das umfangreiche Portfolio war zum Projektstart jedoch fragmentiert und hatte global an Schlagkraft verloren.

Projektziel

Das gemeinsame Ziel von Palfinger und dem Institute of Brand Logic war die Entwicklung einer globalen Markenstrategie und Markenarchitektur, um alle Geschäftsfelder weltweit zu stärken und die Marktführerschaft auszubauen. Mit dem Vorstand und einer internationalen Projektgruppe wurde in einem ersten Schritt ein klares und

differenzierungsstarkes Profil für die Marke Palfinger entwickelt. Dieses Zukunftsprofil diente als Leitrahmen für die Ableitung der Markenarchitektur der Gruppe. Für jede einzelne Marke der Gruppe wurde die Funktion der Marke Palfinger geklärt. Aus der Architektur wurden Spielregeln zur Führung des Markenportfolios, des Vertriebs und der Kommunikation abgeleitet.



www.palfinger.com

Fotograf: Palfinger

