

Neuer Markenauftritt DITF Denkendorf

Drei Forschungseinrichtungen. Eine Marke – DITF

DENKENDORF Technisch, zukunftsorientiert, kreativ: Die Deutschen Institute für Textil- und Faserforschung Denkendorf (DITF), 1921 gegründet und mit ihrem breiten Forschungsspektrum über die gesamte textile Wertschöpfungskette hinweg Europas größte Textilforschungseinrichtung, präsentieren sich ab dem 5. Mai 2017 mit einem neuen Markenauftritt. Neues Logo, neues Corporate Design, neue Website und auch die Printmedien verändern ihr Gesicht.

Prägnant und einfach – statt ITCF, ITV oder DITF-MR heißt es künftig nur noch DITF. Die bisherige Markenstruktur mit vier Einzelmarken und einer damit oft komplizierten Außendarstellung weicht einem kompakten und modernen Auftritt unter einer Marke – DITF. „In Verbindung mit dem DITF Strategieprozess 2021 lag es nahe, auch unser Erscheinungsbild anzupassen und dem näher zu bringen, wofür wir heute stehen“, erläutert Prof. Dr. Michael R. Buchmeiser, Sprecher des Vorstands der DITF, den Hintergrund des neuen Markenauftritts. „Zukunft Textil´ bietet großes Potenzial, das wir deutlicher nach außen tragen wollen. Die textile Welt soll fühlbar werden.“

In der Kommunikation nach außen war die Markenvielfalt unter dem Dach der DITF nie einfach. Der neue Markenauftritt wurde daher in seiner Gesamtheit auf das Wesentliche komprimiert, mit klarem Bezug zur Positionierung der DITF als größte Textilforschungseinrichtung Europas – zukunftsorientiert, prägnant und auch in digitalen Kommunikationskanälen gut erkennbar. „Der Markt braucht mehr denn je eine zentrale Anlaufstelle mit gebündelter Kompetenz über die gesamte textile Produktions- und Wertschöpfungskette hinweg. Für diese Leistung sind die DITF im Markt

PRESSEINFORMATION



DEUTSCHE INSTITUTE FÜR
TEXTIL+FASERFORSCHUNG

9. Mai 2017

bekannt. Nun folgt auch die kompakte Markenstruktur diesem Anspruch.“, so Buchmeiser zur neuen Kommunikation unter einer Marke.

Neues Corporate Design macht die „Textile Welt“ spürbar

Das neue Corporate Design aus der Feder der Reutlinger Markenagentur Apollo 11 öffnet sprichwörtlich das Fenster zur textilen Zukunft. Jeder soll sehen, dass die Welt aus verborgenen textilen Technologien besteht. Die neuen Key Visuals haben daher eine klare Botschaft: Textil ist überall und ist eine der wichtigen Basistechnologien für die Zukunft. Zentrales grafisches Element ist ein grün-blaues „Fenster“, das ins Innere von Produkten, ins Detail der Forschung und damit zu neuen Einsichten, Ideen und Innovationen führt.

Was ändert sich?

Neues Logo, neue Schriften, neue Bilder, neue Farbwelten – der optische Auftritt ändert sich komplett. Gleichzeitig ändert sich die Markenstruktur: Statt ITCF, ITV oder DITF-MR sind nun die DITF der Partner und die Anlaufstelle für die textile Welt. Für die Kommunikation bedeutet dies, E-Mail- und Webadresse ändern sich:

www.ditf.de | Vorname.Nachname@ditf.de

Bis Ende 2017 werden die bisherigen Adressen weitergeleitet.

Was bleibt?

Es bleiben die Kompetenz, Kreativität und Erfahrung der Menschen hinter der Marke – die Exzellenz unserer Forschung. Der Forschergeist. Es bleibt der juristische Name: Deutsche Institute für Textil- und Faserforschung Denkendorf

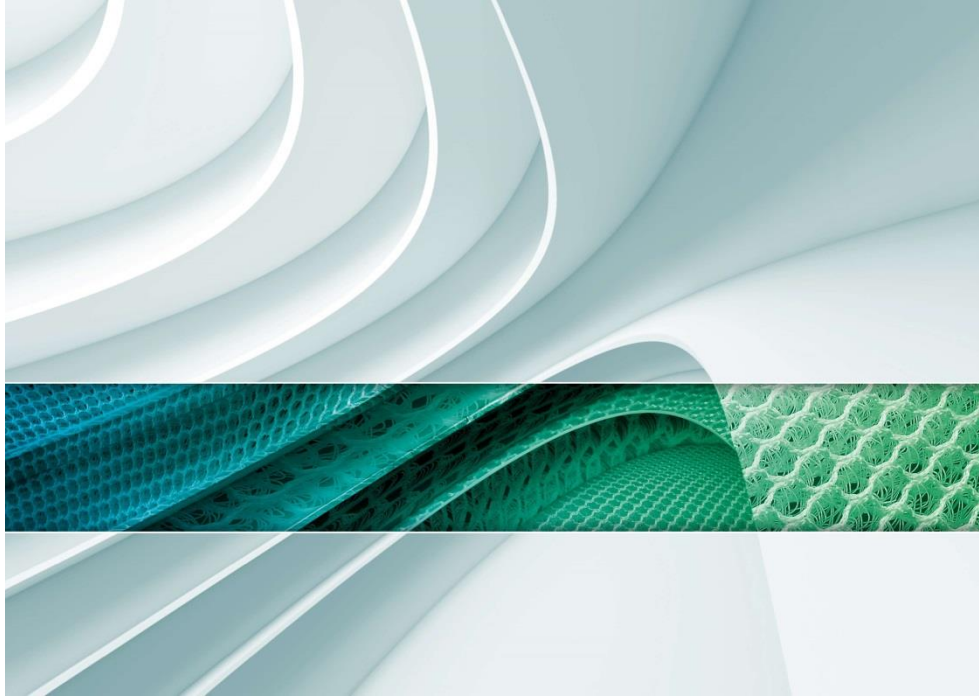
PRESSEINFORMATION

9. Mai 2017

DITF

DEUTSCHE INSTITUTE FÜR
TEXTIL+FASERFORSCHUNG

DITF – Key Visual



Auswahl der neuen Anwendungs-Key Visuals

PRESSEINFORMATION

9. Mai 2017

DITF

DEUTSCHE INSTITUTE FÜR
TEXTIL+FASERFORSCHUNG



Gesundheit und Pflege



Energie, Umwelt und Ressourceneffizienz



PRESSEINFORMATION

9. Mai 2017

DITF

DEUTSCHE INSTITUTE FÜR
TEXTIL+FASERFORSCHUNG

Bekleidung und Heimtextilien