

# Pressemitteilung

BERLIN / NEUSS (GERMANY), September 2016

## Reloading AEG

Dart präsentiert New Visual Identity auf IFA

**Die neue AEG: Die Unternehmensgruppe Electrolux präsentiert auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin die neue Visual Identity seiner Premiummarke AEG. Seit über einem Jahr feilte die D'art Design Gruppe im Geheimen an der Corporate Architecture und gibt der visionären Pioniermarke auf der IFA vom 2.-7. September ihre neue dreidimensionale Identität.**

AEG setzt sich gerne über Konventionen hinweg und steht seit über 125 Jahren für bahnbrechende Innovationen, Premiumdesign und erstklassigen Geschmack. Diesen Ruf trägt die neue AEG Visual Identity konsequent nach außen. Der Pionier mit Visionen überrascht auf der IFA das Publikum nicht nur mit der Einführung von zwei neuen Produktlinien – der AEG Mastery Range und der AEG New Laundry Range – sondern auch mit der neuen AEG selbst.

Selbstbewusst zeigt sich die Traditionsmarke AEG auf der IFA 2016. Die strategische Neuausrichtung der Marke übersetzt Dart als Leadagentur „Brand Architecture“ in ein starkes und herausragendes Markenerlebnis, das mit einem ansprechenden und mitreißenden Storytelling überzeugt.

### **Moderne Premiumästhetik für die neue AEG**

Die temporäre Architektur greift die Prominenz des neuen Logos und das neue „Colour Setting“ der Marke als gestalterische Grundlage auf. Dunkelgraue Wandelemente teilen die gesamte Hallenfläche vertikal auf und erzeugen durch ihre versetzt geschichtete Anordnung einen Sog in den Raum. Strahlend helle Leuchtwände flankieren den Markenraum zu beiden Seiten auf kompletter Hallenlänge hinweg und unterstreichen den dunklen Farbtenor der Markenpräsentation dramaturgisch.

Das rote AEG Logo im neuen Corporate Design empfängt den Besucher bereits im zentralen Eingangsbereich: über drei überdimensionale LED Paneele aufgeteilt spielt sich das Markenzeichen leuchtend in den Eingangsbereich und heißt die Besucher emotional in der Markenwelt der neuen AEG willkommen.

### **Hero-Inszenierung für „Taste“ und „Care“**

Von hier aus wandern die Besucher durch die raumoffenen Produktwelten „Taste“ und „Care“ mit seinen insgesamt zehn Hero-Inszenierungen und den beiden neu lancierten Produktlinien, der AEG Mastery Range sowie der AEG New Laundry Range. Ein Ofen, der zum Benutzer spricht wie ein Kellner im Restaurant, oder ein Geschirrspüler, der den Geschirrkorb ergonomisch nach oben gleiten lässt, sind nur einige der Erlebnisse der neuen Mastery Range.

Inszeniert werden alle Produkte in einer klaren und stringenten Designsprache, die Modernität und Ästhetik ausdrückt. Typographische Elemente, ästhetische Bildmotive und stilisierte Grafiken gepaart mit Realobjekten wie Frischeprodukten, Küchenutensilien oder Kleidungsstücke bilden dabei den gestalterischen Rahmen der Hero-Inszenierungen.

### **AEG – Always an idea ahead**

*„AEG hat eine Geschichte voller Innovationen zu verzeichnen und unser Versprechen ist es, immer ein Stück voraus zu sein – vor allem, wenn es darum geht, Konsumentenbedürfnissen zuvorzukommen“,* so Britta Amara, Marketingleiterin für Electrolux Deutschland und Österreich. *„Der neue Look, kombiniert mit dem Launch der neuen Küchen- und Wäscheproduktlinie definiert die Art und Weise, wie Konsumenten die Marke AEG und unsere Produkte erleben, neu. Ganz im Sinne unserer Vision: AEG – Always an idea ahead.“* (TEXTENDE: 3.219 Zeichen)

## Daten und Fakten

|                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| Projekt:                | IFA 2016                 |
| Kunde:                  | AEG, Electrolux          |
| Design und Realisation: | D'art Design Gruppe GmbH |
| Standort:               | Berlin                   |
| Standgröße:             | 2.900 m <sup>2</sup>     |



Die neue AEG: Die Unternehmensgruppe Electrolux präsentiert auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin die neue Visual Identity seiner Premiummarke AEG.



Die Produkte werden in einer klaren und stringenten Designsprache präsentiert, die Modernität und Ästhetik ausdrückt.



Hero-Wände inszenieren Produktfeatures multisensual mit moderner Fotoästhetik, Typographie und Bewegtbild gepaart mit realen Frischeprodukten.



Inszenierung der neuen AEG Master Range und dem ersten Geschirrspüler mit eingebautem Lift!

## **Bildmaterial**

Weiterführendes Bildmaterial stellen wir Ihnen gerne in druckfertiger Auflösung für die themenbezogene Berichterstattung zur Verfügung. Senden Sie Ihre Anfrage bitte an: [pr@d-art-design.de](mailto:pr@d-art-design.de)

Für die Verwendung der Bilder ist die Nennung des Fotografen bindend: Lukas Palik.

## Über die D'art Design Gruppe

Die D'art Design Gruppe gehört zu den führenden Agenturen für Kommunikation im Raum Deutschland, wobei sich kreative Gestaltungsqualitäten mit interdisziplinärem Know-how verbinden. Ausgezeichnet mit internationalen Design Awards, gestaltet die D'art Design Gruppe Marken- und Erlebnisräume für Kunden wie 3M, adidas, Amtico, Britax, C.H. Beck, Electrolux, Gabor, Gräfe und Unzer, Grundig, Kanzan, Lloyd, MFI, Norske Skog, Panasonic, Parador, Philips, Reebok, RWE, Schüco, Turck, Würth und Zaha Hadid.

## Kontakt

D'art Design Gruppe GmbH  
Inge Brück-Seynstahl (Director Corporate Communications)  
Haus am Pegel | Am Zollhafen 5 | 41460 Neuss  
Fon: 02131 - 40 30 7 - 37  
pr@d-art-design.de | www.d-art-design.de