

Communiqué

Tamedia mit neuem Markenauftritt

Ein neues Logo, mehr Farbe, starke Bilder und eine neue Typografie: Tamedia erneuert ihren Auftritt. Das Logo baut auf dem historischen Schriftzug des Tages-Anzeigers auf. Mit dem Claim «Bleib neugierig» richtet sich die grösste Schweizer Mediengruppe direkt an ihre 5.4 Millionen Kunden und Nutzer. Eingeführt wird die neue Marke am 17. November 2016 von Tamedia Advertising. Ab 17. Januar 2017 folgt die gesamte Mediengruppe in der Schweiz und im Ausland.

Zürich – Die Schweizer Mediengruppe Tamedia tritt ab 2017 mit einem neuen Logo und einer rundum erneuerten Markenwelt auf. Das Logo symbolisiert ein T, das auf dem historischen Schriftzug des Tages-Anzeigers basiert und gleichzeitig mit seiner Formensprache in die digitale Zukunft weist. Das T wird ohne den Schriftzug angewandt und wird die alleinige Bildmarke von Tamedia. Es steht für die gemeinsamen Werte, Qualitäten und Ziele und verbindet alle Medien, Services sowie Mitarbeitenden.

Mit dem Claim «Bleib neugierig», «Sois curieux», «Stay curious» richtet sich die grösste Schweizer Mediengruppe direkt an ihre hierzulande 5.4 Millionen Kundinnen, Kunden und Nutzer. Die Typografie wird der Digitalisierung gerecht, indem sie auf allen Systemen und Geräten einsetzbar ist. Bildsprache und Farbwelt unterstützen den neuen Auftritt von Tamedia mit drei frischen, modernen Farben und zeigen Menschen in ihrem digitalen Alltag.

Tamedia Advertising bereits ab November mit neuem Logo

Der Neuauftritt geht Hand in Hand mit seit längerem angekündigten organisatorischen Veränderungen: Die Mediengruppe betreut ihre Werbekunden ab November 2016 zentral unter der Marke Tamedia Advertising – und bietet künftig alle Angebote aus einer Hand an. Tamedia Advertising wird bereits ab 17. November 2016 unter der neuen Marke auftreten. Alle übrigen Bereiche der Mediengruppe setzen das neue Branding ab 17. Januar 2017 ein. Auf die einzelnen Medien und Marken hat der neue Auftritt der Gruppe keinen Einfluss.

Zusammenarbeit mit Zürcher Agentur Made Identity

Der neue Markenauftritt wurde in den vergangenen anderthalb Jahren in enger Zusammenarbeit mit der Zürcher Agentur Made Identity AG erarbeitet. Verantwortlich sind seitens Tamedia Pietro Supino, Verleger und Verwaltungsratspräsident, Christoph Tonini, CEO, Christoph Zimmer, Leiter Kommunikation, Andres C. Nitsch, Projektleitung und bei Made Identity Georg Gadiant (Strategie und Beratung), Alexander Weis und Adrian Glatthorn (Design).

Der neue Auftritt wird auf einer eigenen Website vorgestellt: branding.tamedia.ch

Kontakt

Christoph Zimmer, Leiter Kommunikation Tamedia,
+41 44 248 41 35, christoph.zimmer@tamedia.ch

Über Tamedia

Tamedia ist die führende private Schweizer Mediengruppe. Die Digitalplattformen, Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften von Tamedia bieten Überblick, Einordnung und Selektion. Das 1893 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 3'400 Mitarbeitende in der Schweiz, Dänemark, Luxemburg und Deutschland und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

www.tamedia.ch