

Persbericht

LAPP lanceert nieuwe merkidentiteit tijdens Hannover Trade Fair

Eén bedrijf, één naam – wereldwijd



LAPP vereenvoudigt en verenigt zijn wereldwijde merkidentiteit

Stuttgart, 23 april 2018

LAPP, dé expert in verbindingstechnologie, bouwt zijn merk uit. Door het gebruik van de naam LAPP – in hoofdletters en zonder toevoegingen – wil het familiebedrijf zowel zijn internationale identiteit benadrukken als zijn positie als dé toonaangevende leverancier van verbindingsopties. In de toekomst zullen nationale dochterondernemingen en afdelingen opereren onder de naam LAPP, zonder verdere toevoegingen. Het bericht is duidelijk – één naam en één logo voor het hele bedrijf, met dezelfde uitstekende dienstverlening voor de klanten, overal ter wereld. De nieuwe merkidentiteit zal voor het eerst voorgesteld worden tijdens de Hannover Trade Fair. In de toekomst zal de familienaam de fundamentele waarden van het bedrijf vertegenwoordigen – focus op succes, focus op klanten, innovatie en familie.

Persbericht

De nieuwe identiteit is het antwoord van LAPP op het feit dat het bedrijf dat begon als kabelproducent, is uitgegroeid tot een leverancier van verbindingso oplossingen. Toevoegingen zoals “Kabel”, “Cable” of “Cablo”, die sinds de oprichting van het bedrijf in 1959 in verschillende landen gebruikt werden, zullen verdwijnen. In de afgelopen jaren is LAPP met succes uitgegroeid tot een leverancier van geïntegreerde oplossingen en merkproducten voor verschillende industrieën en toepassingen, zoals blijkt uit de positieve resultaten van het afgelopen financiële jaar, waarin een wereldwijde omzetgroei van 13,9 procent werd geboekt. “De tijd is gekomen voor een uniforme naam wereldwijd en een uniform logo om alles te verbinden” verklaart voorzitter Andreas Lapp. De klanten en hun behoeften lagen aan de basis van de beslissing. “Vandaag de dag is het niet meer belangrijk in welk land onze klanten onze producten kopen en waar ze geleverd worden - we werken al veel langer als een internationaal team. Het is een logische ontwikkeling om onze externe identiteit die ontwikkeling te laten weerspiegelen. Dat is ten slotte ook wat onze klanten van ons verwachten” gaat Andreas Lapp verder.

De verandering is een logische stap in de ontwikkeling van het bedrijf, maar is ook een gezamenlijke beslissing van de familie Lapp - LAPP blijft gewoon LAPP. Dat bleek al eerder na de generatiewissel in 2017, toen Matthias Lapp, een lid van de derde generatie van de stichtende familie, de positie van algemeen directeur voor Europa, Afrika, het Midden-Oosten en Zuid-Amerika overnam.