

»» MARKENRELAUNCH BEI NEXXIOT: DAS X MACHT DEN UNTERSCHIED

Hamburg/Zürich, 29. Mai 2019 – Der Spezialist für angewandte Digitallösungen in der Logistik, Nexxiot, tritt ab heute mit neuem Namen und neuer Marke auf. Die Anpassung der Markenstrategie erfolgt im Zuge einer strategischen Neuaufstellung des Unternehmens. Neben neuem Logo, Claim und Corporate Design hat das Schweizer Unternehmen auch seinen Onlineauftritt samt Toplevel-Domain erneuert. Dem Relaunch war ein intensiver Prozess der strategischen Positionierung und Markenfindung vorausgegangen. Zuvor firmierte das Start-up unter dem Namen Nexiot. Das Kerngeschäft des Unternehmens, IoT-basierte Lösungen entlang der globalen Lieferkette, bleibt unverändert.

Die neue Marke schärft die strategische Ausrichtung von Nexxiot, bringt Klarheit in die Kommunikation und unterstützt die Internationalisierung. „Ziel ist es, in der Wahrnehmung unserer Kunden und potenziellen Kunden eine unverwechselbare Marke zu etablieren, indem wir diese mit differenzierenden Attributen und Nutzen aufladen, die relevant für unsere Zielgruppen sind“, sagt Uwe Bormann, der als Vice President Marketing bei Nexxiot für den Markenrelaunch verantwortlich war.

Nexxiot stützt seine neue Marke auf drei Kernelemente, um sich als Marktführer im Bereich der IoT-gestützten Optimierung von Supply-Chains zu positionieren. Diese entstanden aus der neu erarbeiteten Markenpositionierung und haben das Markenkonzept und -design final geprägt: „Die Positionierung ist die Basis einer jeden Marketingstrategie. Sie ist die Grundlage für das Branding und die gesamte zukünftige Marketing- und PR-Kommunikation. Sie stellt vor allem sicher, dass unsere Botschaften eindeutig und klar formuliert werden können und jeder weiß wofür Nexxiot steht. In einem neu entstehenden und schnell wachsenden Marktsegment ist dies von entscheidender Bedeutung, um von der Zielgruppe als relevant wahrgenommen zu werden. Das stellen wir mit der neuen Positionierung und Marke sicher“, zeigt sich Bormann überzeugt.

So schafft das Unternehmen durch sein Geschäftsmodell Transparenz (*Leadership through Transparency*). Riesige Datenmengen werden von Algorithmen analysiert und aus den Daten so Erkenntnisse gewonnen, die in sinnvolle Handlungsempfehlungen umgewandelt werden. Zudem setzt Nexxiot mit seiner als offenes Ökosystem angelegten Plattform auf Kollaboration (*Leadership through Collaboration*) und vernetzt alle Arten von Akteuren. Das Schweizer Start-up ist für seine Kunden auch ein langfristiger, strategisch unabhängiger Partner (*Leadership through Partnership*). Sowohl Hardware-, als auch Softwarelösungen werden passgenau und in enger Abstimmung mit den Kunden erarbeitet.

Neuer Markenauftritt

„Logo und Corporate Design sind nun deutlich dynamischer und distinktiver gestaltet und symbolisieren den stetigen Warenfluss, der durch die digitalen Lösungen von Nexxiot transparent und optimiert wird. Der Claim („The source of flow“) ist ein selbstbewusstes Statement und bezieht sich auf die Essenz des Geschäftsmodells. Er unterstreicht zudem unsere Marktführerschaft in diesem Bereich“, so Bormann weiter. Die eidgenössische Herkunft findet sich im neuen Design ebenfalls, wenn auch leicht versteckt. So ist der Buchstabe X im Logo des Unternehmens eine Anlehnung an das Kreuz der Schweizer Landesflagge. Des Weiteren ist die Marke inspiriert durch klassische Schweizer Attribute wie Qualität, Vertrauen und Funktionalität. Bei der Gestaltung des Markenauftritts unterstützte die in Amsterdam ansässige Brand Agentur BSUR. Diese entwickelte bereits Markenkampagnen für MINI und den Headset-Hersteller Plantronics.

Auf der Weltleitmesse für Transport und Logistik, der transport logistic, die vom 04.-07. Juni in München stattfindet, werden der neue Name und die Markenerscheinung erstmals Kunden, Partnern und Journalisten präsentiert.

Über Nexxiot:

Die Nexxiot AG mit Hauptsitz in Zürich, Schweiz, gilt als Pionier und Branchenführer bei der Entwicklung und Bereitstellung digitaler Supply-Chain-Management-Lösungen. Sie ist ein Spin-off der ETH Zürich, einer der weltweit führenden technischen Universitäten. Das 2015 gegründete Unternehmen kann damit auf über zehn Jahre Forschung in den Bereichen komplexe Systeme, Big-Data-Algorithmen und Ultra-Low-Power-Embedded-Technologie zurückgreifen. Drei erfolgreiche Investitionsrunden ermöglichen es dem Unternehmen, ehrgeizige globale Expansionspläne zu verfolgen. Neben dem Hauptsitz in der Schweiz gibt es Büros in Deutschland und den USA. Mehr unter www.nexxiot.com

Pressekontakt:

Nexxiot AG
Uwe Bormann

uwe.bormann@nexxiot.com

Medienbüro am Reichstag

Kevin Hohmann

T: +49 30 2061413050

digital@mar-berlin.de