Pressemitteilung, Böblingen, 03.03.2024

Marken-Relaunch

Aus PLANA Küchenland wird PLANA

Der Franchise-Pionier in der Küchenbranche feiert sein 35-jähriges Bestehen mit weiter entwickeltem Corporate Design und neuem Claim: "Aus Freude an Küchen".

„Erklärtes Ziel war, das in die Jahre gekommene Markenerscheinungsbild weiterzuentwickeln, damit die Marken-Positionierung zu schärfen und die Stärken und Differenzierungsmerkmale von PLANA deutlich hervorzuheben“, erläutert Geschäftsführer Markt Willekes den Grund für den vollzogenen Marken-Relaunch des traditionellen Franchise-Systems mit seiner Zentrale in Böblingen. Ein Namenswechsel nach über 35 Jahren Firmenhistorie bedarf viel Fingerspitzengefühl. Frühzeitig wurden deshalb alle PLANA-Franchisepartner in das Projekt eingebunden, um die Gruppendynamik zu erhöhen und einen Schulterchluss unter den Beteiligten aus Vertrieb und Management zu erzeugen.

Start auf der PLANA-Website

Das vor gut einem Jahr gestartete Projekt erreicht nunmehr die Ziellinie. Rundum erneuert zeigt sich nun zunächst die PLANA-Website. Was auffällt ist, dass im Logo der Verzicht auf den Zusatz Küchenland vollzogen wurde. Die Traditionsmarke fokussiert sich damit mutig und selbstbewusst auf den Markennamen PLANA. Das neue Logo wird um den aktuellen Claim "Aus Freude an Küchen" ergänzt. Dieses Statement betont den PLANA-Markenkern "nachhaltige Freude" und rückt gleichzeitig den Kunden noch bewusster in den Fokus. „Die bestehende Positionierung wurde nicht verändert, sondern bestätigt und deutlich hervorgehoben. Neben der Differenzierung zum Wettbewerb soll durch eine optimierte Kommunikationsstrategie sowohl die bestehenden als auch neue Zielgruppen besser erreicht werden“, erläutert Enrico Stange, Head of Marketing.

Kundennähe hat absolute Priorität

PLANA steht für die persönliche Nähe des Inhabers zum Kunden und wird als innovativer Ideengeber für das gewisse Extra wahrgenommen. Zum Wertekanon von PLANA zählt die ehrliche, respekt- und verantwortungsvolle Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Die dadurch geförderte freundliche Beratungsatmosphäre in den Kundengesprächen verbunden mit langjährigem handwerklichem Können, schafft über den gesamten Prozess eines Küchenprojektes Vertrauen und führt am Ende zur Erfüllung der Erwartungen, was in vielen positiven Kundenbewertungen und Weiterempfehlungen gipfelt. Unlängst wurde PLANA durch das Verbraucherpanel des Kölner Marktforschungsinstituts Service Value bereits zum 5. Mal in Folge mit dem Prädikat "Höchste Weiterempfehlung" ausgezeichnet.

Ein Dankeschön dank hoher Kundenzufriedenheit

„Gemeinsam mit unseren Franchisepartnern ist uns der Schulterchluss gelungen und die Weiterentwicklung unserer Marke wurde erfolgreich umgesetzt. Begeisterte Kunden, die uns weiterempfehlen, sind seit 35 Jahren unser Antrieb und Ziel. Das überarbeitete Markenerscheinungsbild und die Kommunikation greifen dies jetzt noch deutlicher auf“, unterstreicht Mark Willekes. So startet PLANA mit dem Rückenwind von über 250.000 zufriedener Kunden bislang nunmehr durch. Dafür sagt PLANA mit einer in den kommenden Wochen beginnenden großen Vorteils-Aktion "Danke!"

Unternehmensprofil

PLANA ist der Franchisepionier in der Küchenbranche und zählt zu den vom Deutschen Franchise Verband (DFV) zertifizierten Mitgliedern, die sich per Ehrenkodex und hohen qualitativen Standards zu einer fairen Partnerschaft verpflichtet haben. Das 1988 gestartete Franchise-System aus Böblingen etablierte unter dem Label PLANA eine Handelsmarke mit der Tradition von 35 Jahren. Der Küchenspezialist positioniert sich im mittleren und gehobenen Preissegment. Mit aktuell 45 Partner-Studios ist der Verbund mit dem Schwerpunkt im Süd-Westen Deutschlands präsent. Bislang besitzen mehr als 250.000 zufriedene Kunden eine Küche von PLANA.

www.plana.de