
Peugeot gibt sich einen neuen Löwen

Peugeot gibt sich unter dem neuen Konzerndach Stellantis nicht nur ein neues Logo, sondern will sich als älteste noch existierende Automobilmarke der Welt „neu erfinden“. Das bisherige, elf Jahre alte Logo, zeigte einen stehenden, vorwärtsschreitenden Löwen. Davon ist jetzt nur noch ein mit akzentuierten Strichen gezeichneter Kopf mit geöffnetem Maul zu sehen. Umrahmt wird das neue Markensymbol von einem Schild, der Peugeot-Schriftzug wandert von unten nach oben: Es entsteht ein Wappen.

Die neue Visualisierung der Marken-Identität soll symbolisieren, dass der Löwe künftig „lauter brüllt“, wie zu lesen ist. Mit dem entsprechenden Auftritt im Handel, auf den Druckerzeugnissen, Schildern und Internetseiten präsentiert sich Peugeot moderner und schwungvoller. Begleitet wird das neue, in die Zukunft gerichtete Erscheinungsbild vom Kampagnenslogan „Die Löwen unserer Zeit“. Neben einer Stärkung der digitalen Kommunikation will sich Peugeot künftig zum Beispiel auch mit einer eigenen Lifestyle-Kollektion präsentieren und ein ganzheitliches „Marken-Ökysystem“ (O-Ton) schaffen. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Peugeot.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Peugeot



Peugeot-Logo.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Peugeot



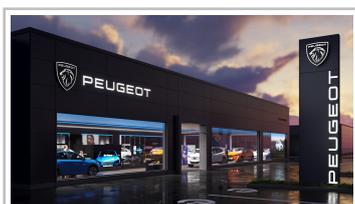
Peugeot-Logo.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Peugeot



Peugeot-Autohaus.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Peugeot



Peugeot-Autohaus.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Peugeot
