

Pressemitteilung

Salzburg / Wirtschaft / Handel / Schuhindustrie / Marke

Salzburg, 16.05.2023

Brand Refresh für österreichischen Damenschuh-Hersteller:

PAUL GREEN aktualisiert Markenauftritt

„Mein Schuh. Mein Weg.“ Der österreichischen Damenschuh-Hersteller PAUL GREEN beschreitet mit einem neuen Markenauftritt neue Wege. Das seit der Markengründung bekannte PAUL GREEN Logo hat einen hohen Wiedererkennungswert und ist in der Zielgruppe bestens etabliert. Dennoch machten es Digitalisierung und geänderte Rahmenbedingungen erforderlich, die Marke im Zuge eines Brand Refresh-Projektes einem Update zu unterziehen. Gemeinsam mit der Agentur Moodley wurden eine neue Positionierung und ein neuer Look and Feel erarbeitet.

„Die Zielsetzung war es, die Marke sanft zu modernisieren und den Erfordernissen in Zeiten der `digital first – Kommunikation` anzupassen“ erläutert PAUL GREEN Geschäftsführerin Barbara Aichinger. Dabei standen von Anfang an die beiden strategischen Säulen Nachhaltigkeit und Weiblichkeit im Zentrum der Überlegungen.

PAUL GREEN versteht sich als Begleitermarke in einer komplexen und dynamischen Welt. „Jede Frau ist anders, lebt durch ihr Handeln und ihr Aussehen eine andere Art von Weiblichkeit. Schuhe tragen maßgeblich dazu bei. Sie definieren unseren Stand. Unsere Haltung. Die Art, wie wir gehen. Sie stehen für Bodenhaftung und Leichtigkeit gleichermaßen. Sie haben die Kraft, ein Outfit zu komplettieren oder eine gänzlich andere Geschichte zu erzählen.“ so Aichinger weiter. Unter diesem Gesichtspunkt wurde der neue Markenclaim „Mein Schuh. Mein Weg.“ sowie ein zeitgemäßer, femininer Look and Feel für die Marke erarbeitet, der die weibliche Zielgruppe anspricht und die Marke klar vom Wettbewerb differenziert. Das etablierte PAUL GREEN Logo sowie die Markenfarbe bleiben erhalten.

Nachhaltigkeit wird bei PAUL GREEN ganzheitlich gedacht. Demzufolge war es auch eine klare Aufgabenstellung das Thema im Rahmen der neuen Positionierung entsprechend zu gewichten. Als österreichisches Unternehmen mit 100prozentiger Produktion in Europa denkt PAUL GREEN regional. „Wir achten darauf, wer unseren Schuh macht und wo. Auf die Auswahl der einzelnen Komponenten und wie sie sich zusammenfügen. Wie unser Schuh ins Regal kommt. Wie er aussieht – neu und getragen. Und den Abdruck, den er hinterlässt. Das ist für uns eine Frage des Respekts – gegenüber unserer Umwelt und unseren Kundinnen.“ betont PAUL GREEN Geschäftsführer Torsten Tesche, denn „uns geht es nicht nur um die Produktion, sondern um unseren Blick auf die Welt. Schuhe von Paul Green zu kaufen bedeutet, Haltung zu kaufen.“

Das neue Erscheinungsbild kommt zunächst auf einer neuen Marken-Website, sowie in den Social-Media-Kanälen des Unternehmens zur Anwendung. Danach wird das neue Design sukzessive auf alle anderen Touchpoints ausgerollt.

+++

Über die PAUL GREEN GMBH

PAUL GREEN ist in Mattsee bei Salzburg zu Hause. Die Produktion mit qualifiziertem, lokalem Fachpersonal erfolgt ausschließlich in Europa. Derzeit beschäftigt die Paul Green GmbH 500 Mitarbeiter*innen in Mattsee, Österreich und in Prelog, Kroatien. Zudem arbeiten rund 1500 Personen bei Produktionspartnern für PAUL GREEN.

PAUL GREEN Schuhe sind in Europa, den USA, Japan und Australien erhältlich. Als Premium Produkt zeichnen sich PAUL GREEN Damenschuhe durch ihre einzigartige Passform und handwerkliche Verarbeitung aus.

Bildmaterial (Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei):

Bild 1: PAUL GREEN Markenlogo inklusive Claim (c) PAUL GREEN

Bild 2: PAUL GREEN Key Visual FS23 inkl. Logo high res. (c) PAUL GREEN

Bild 3: PAUL GREEN Key Visual FS23 inkl. Logo low res. (c) PAUL GREEN

Bild 4: PAUL GREEN Key Visual FS23 ohne Logo high res. (c) PAUL GREEN

Rückfragehinweis: Hannes Hemetsberger
Paul Green GmbH
T +43 (0) 6217 5323-750
presse@paul-green.com