



Wiener Spielkartenfabrik
Ferd. Piatnik & Söhne GmbH & Co. KG
Hütteldorfer Straße 229 - 231, 1140 Wien, Austria
T +43 1 914 41 51 | F +43 1 911 14 45
info@piatnik.com | UID: ATU13497107
piatnik.com

Traditionsmarke Piatnik mit frischem Look

Neues Erscheinungsbild, neue Markenstrategie, neuer Webauftritt

Wien, im September 2016 –

Seit 1824 hat Piatnik bei Entwicklung und Publikation hochwertiger Spiele und Spielkarten die Zügel fest in der Hand – genauso wie der Jockey, der seit damals das Unternehmenslogo ziert. Jetzt bekommt das Traditionshaus ein neues Gesicht. Der Relaunch umfasst Markenstrategie, Internetauftritt, Bildsprache und betrifft so auch den eingangs erwähnten Reiter samt Ross.

Das Familienunternehmen mit Sitz und Produktionsstätte in Wien setzt für seine neue Außenwirkung ab Herbst 2016 auf warme Farben, eine emotionale Bildsprache und humorvolle Diktion. Die fünf Kernwerte „Spielspaß“, „Gemeinschaft“, „Innovation“, „Tradition“ und „Made in Austria“ verdichten sich im neuen Design und transportieren die Unternehmensphilosophie: Einfach gute Spiele!

Ausdrucksstark? Logo!

Die neue Piatnik-Bildmarke wirkt wie ein Gütesiegel. Das ursprünglich gelbe Dreieck weicht einem runden Logo in den Farben Österreichs und der Stadt Wien, rot und weiß. Das Pferd im Zentrum wurde in seiner Anatomie grundlegend überarbeitet und richtet sich nun mit dem Blick zum Betrachter aus. Dank hochwertiger Grafik und detailreicher Strichführung sitzt der Jockey deutlich aufrechter im Sattel als zuvor und sichert den Wiedererkennungswert der Marke in modernem Design.

Das Piatnik-Schriftbild behält seine traditionellen Serifen, wechselt aber in einen warmen Rotton, den neuen Corporate Identity Richtlinien entsprechend. Bei Spielen und Spielmaterial selbst stehen wie eh und je Haptik und traditionell hochwertige Verarbeitung im Fokus.

Fest im Sattel

Piatnik-Spiele erzählen Geschichten und das seit bald 200 Jahren. Daran soll sich auch in Zukunft nichts ändern. Die Image-Kampagne beinhaltet optisch und inhaltlich ein klares Bekenntnis zur Verlagstradition und zum Produktionsstandort Wien. Verantwortung als starker Arbeitgeber, auch dafür steht Piatnik. Die neue Markenstrategie kommuniziert das und erschließt zusätzliche Zielgruppen. Unter anderem verankert der Verlag mit einer neuen Produktlinie von Bio-Bausteinen (BioBlo®) den Nachhaltigkeitsgedanken fest in seinem Programm und findet damit neue Kunden.

Zwar setzt das Portfolio bewusst auf „analog“, trifft damit aber auch den Geschmack der digitalen Community. *„Das ist überhaupt kein Widerspruch. Digitalisierung hin oder her: Zusammen real und ganz analog an einem Tisch sitzen und eine gute Zeit mit einem spannenden, lustigen, kniffligen Spiel verbringen, ist, was viele Leute unter Quality Time verstehen. Solche gemeinsamen Erlebnisse im Freundeskreis und in der Familie vermitteln Piatnik Spiele“*, erklärt Geschäftsführer Dieter Strehl.

Mit Blick zum Betrachter

Mit dem neuen Auftritt sucht Piatnik die direkte Kommunikation mit seinen Kunden, ein Ausbau des Social Media-Bereichs ist ebenfalls fester Bestandteil der Kampagne. Noch im Herbst geht die neugestaltete Website online. Strukturell und inhaltlich komplett überarbeitet, repräsentiert sie den Verlag unter www.piatnik.com übersichtlich, witzig, frech im World Wide Web. Für die printaffine Zielgruppe sind, neben dem klassischen Programmkatalog, weitere Maßnahmen geplant.

Mit dem neuen Club Piatnik wird ein innovativer Weg beschritten zum Aufbau und Förderung der Spiele-Community. Die Mitglieder bekommen nicht nur tiefe Einblicke in das aktuelle Spielwelt-Geschehen, sondern werden nebst vielen Vorteilen auch in die Spieleentwicklung miteinbezogen - in Form von Spieletestern, Prototypen-Testrunden und direktem Feedback. Club Piatnik ist eine Plattform für begeisterte SpielerInnen und ermöglicht direkten Austausch auf Augenhöhe und ein gutes Zusammenspiel mit den Fans, das Piatnik sehr wichtig ist.