



Suhr, 30. Januar 2024

Medienmitteilung

pfister präsentiert modernisierte Corporate Identity als Konsequenz strategischer Weiterentwicklung

Seit seiner Gründung im Jahr 1882 entwickelt sich der führende Schweizer Möbelhändler pfister kontinuierlich weiter, um Kundinnen und Kunden ein bestmögliches Einkaufserlebnis zu bieten. In den vergangenen drei Jahren hat pfister mehr als 30 Millionen Franken in die Modernisierung seiner Filialen und die Digitalisierung investiert sowie rund 100 neue Arbeitsplätze geschaffen. Letztes Jahr hat das Unternehmen zudem branchenweit als erster Anbieter mit dem hauseigenen «pfister AI-Lab» den Einsatz von Artificial Intelligence (AI) initiiert. pfister nutzt die Technologie, um auf pfister.ch vielfältige Hintergrundbilder zu generieren. Diese Entwicklungen spiegeln sich nun auch im neuen Logo und der überarbeiteten Corporate Identity des Unternehmens wider.

Das neue pfister Logo

Das überarbeitete Logo bildet ein zentrales Element des neuen Corporate Designs von pfister. Es präsentiert sich in einem frischen, leichten, freundlichen und zugänglichen Stil. Der zuvor vorhandene rote Balken neben dem Anfangsbuchstaben wurde entfernt, und der Schriftzug wird nun konsequent kleingeschrieben. Das charakteristische pfister-Rot, als Hauptfarbe der Marke, wurde spürbar aufgefrischt. Diese Anpassungen unterstreichen die Modernität und Innovationskraft. Das Logo transportiert auch eine neue Nahbarkeit, die sich im kontinuierlich wachsenden Produktportfolio zeigt. pfister geht noch stärker auf die Bedürfnisse verschiedener Kundensegmente ein und bietet Stile in allen Preislagen.

«Wir setzen konsequent auf die Stärkung der Marke pfister - und das in sämtlichen Unternehmensbereichen. Unsere klaren Ziele am Markt lauten: Ausbau unserer Position als führender Schweizer Omnichannel-Retailer und Wachstum. Das überarbeitete pfister-Logo steht für diese strategische Weiterentwicklung und unterstreicht zugleich unsere einzigartige Fachkompetenz. Dabei möchten wir die nächste Generation pfister-Shopper erreichen und unsere treuen bestehenden Kundinnen

und Kunden weiterhin optimal bedienen. Unser Engagement gilt der Zukunft, der nachhaltigen Entwicklung unserer Marke mit Fokus auf Kundenzufriedenheit», erklärt pfister CEO Paul Holaschke.

Tradition trifft auf Innovation

Mit seinem frischen Markenauftritt und der evolutionären Weiterentwicklung des Designs bleibt pfister seinen Wurzeln treu und positioniert sich zugleich optimal für die Herausforderungen des digitalen Zeitalters. Im Zuge der Integration neuer Technologien investiert pfister zudem in neue Berufsfelder, um den technologischen Fortschritt und die Schaffung neuer Arbeitsplätze voranzutreiben. pfister ist in der Schweiz mit 17 Filialen präsent und gehört mit über 100.000 Produkten zu den Top-Online-Anbietern im Einrichtungsbereich.

[pfister.ch](https://www.pfister.ch)

Medienstelle pfister

Flowcube Communications AG

Alfredo Schilirò

alfredo.Schiliro@flowcube.ch

Telefon: +41 (0)43 344 30 33