

Presseinformation

Nr. 14/2016

Neues Logo, neuer Claim, neue Website Full-Service UX-Agentur eResult GmbH präsentiert neuen Markenauftritt

(Hamburg/Göttingen, 01.09.2016).

Nach 16 Jahren Firmenbestehen war es Zeit für etwas Neues. Die Außendarstellung der eResult GmbH hat sich in dieser Zeit kaum verändert, allerdings hat sich das Unternehmen durch sein umfangreiches Leistungsspektrum weiterentwickelt. Und das soll auch im Corporate Design wieder gefunden werden. Am 1. September wird der neue Markenauftritt eingeführt.

„Wir sind schon lange nicht nur eCommerce und der alte Claim „Research & Consulting“ wird uns nicht mehr gerecht. Gerade in diesem Jahr haben wir unser Portfolio im Bereich UX-Design deutlich erweitert“, erklärt Elske Ludewig, Principal UX-Consultant, Teamleitung im Göttinger Büro und Head of Brand. eResult bietet seinen Kunden Research, Beratung, Konzeption und Design – entlang aller Entwicklungsphasen einer Anwendung. „Der neue Markenauftritt, den wir auf der muc2016 in Aachen und beim ux congress in Frankfurt/Main erstmals einem größeren Publikum präsentieren, soll unser Verständnis einer Premium UX-Agentur unterstreichen. Frischer, moderner und hochwertiger – so wollen wir auftreten.“

Die Entstehung des neuen Auftritts

Das ReBranding wurde gründlich vorbereitet und im Team erarbeitet. So wie eResult für seinen Kunden arbeitet: Nutzerzentriert und systematisch. Gemeinsam mit der Bremer Agentur NAMENAME wurden die Kunden, aber auch die Mitarbeiter, befragt, wie sie eResult sehen. Wo liegen die Stärken? Wofür steht eResult? Was wird besonders am Unternehmen und an der Arbeitsweise geschätzt? In einem Workshop wurden die Ergebnisse gefiltert, der Markenkern auf den Punkt gebracht und die Leitidee grafisch umgesetzt. Die Geschäftsfelder Research, Beratung, Konzeption und Design sollen gleichwertig aufgestellt werden. „Das alles mündete in ein neues Konzept, ein neues Logo und einem neuen Claim. Auch die Farbwelt hat sich etwas geändert“, so Elske Ludewig.

Das neue Erscheinungsbild

eResult sind drei Stränge besonders wichtig: Die Bedürfnisse von Nutzern (= Users), die Bedienbarkeit/der Zugang (=Usability) und die Technologie (=Tech). Die Nutzer dürfen nicht von der Technologie und der Bedienbarkeit abgehängt werden. eResult sieht sich als „Anwalt“ der User. Als Equalizer gleicht eResult die Ausschläge an. Nur so entstehen Ergebnisse (=results).

Im neuen Logo soll dies grafisch umgesetzt werden.

Das vormals klein geschriebene „e“ von eResult wird nun groß geschrieben und verdeutlicht die Ausschläge des Equalizers. Das „E“ verdeutlicht die Entwicklung, die Striche gleichen sich an und führen zum Ergebnis, zum result. Die drei Striche des „Es“ stehen für Users – Usability – Tech und werden zur Firmen-Mission: empowering – evolving – embracing.

Das führt zum neuen Claim:

eresult – engaging user experiences.

Die neue Farbwelt – lila, orange, mint – wirkt frischer, moderner, dynamisch und lebendig. Die Geschäftsfelder – Research, Beratung, Konzeption & Design – von eresult lassen sich hier gut einbinden. Gleichzeitig unterstreichen sie die Hochwertigkeit, die die UX-Agentur nach Außen darstellen möchte. Die neue Schreibweise „eresult“ unterstützt die Lesbarkeit. Auch die Website wird diese Elemente aufnehmen und besticht durch ihre Klarheit. „Wir finden, dass unser neues Erscheinungsbild die Mitarbeiter, unsere Arbeit und unser Verständnis einer Full-Service UX-Agentur sehr gut widerspiegelt“, resümiert Elske Ludewig. „Es war viel Arbeit, aber wir finden es hat sich gelohnt und wir sind stolz auf das Ergebnis.“

Schauen Sie gern auf unserer neuen Website www.eresult.de vorbei und überzeugen sich von unserem neuen Corporate Design.

Seiten: 3
Zeichen (o. Leerzeichen): 3.156

Wörter: 507
Zeichen (m. Leerzeichen): 3.666

eresult GmbH

Die eresult GmbH bietet seit 2000 maßgeschneiderte Beratungs- und Forschungsdienstleistungen im Bereich Usability, User Experience, Conversion Optimierung und Online-Marktforschung. Das 35 Mitarbeiter starke Beraterteam arbeitet für Unternehmen verschiedener Branchen (Handel, Finanzen & Versicherungen, Tourismus, Energie, Telekommunikation, Medien, Automobil, Pharma & Gesundheit, Non-Profit) und optimiert Online-Shops, Apps, responsive Designs und Steuerungssysteme für PKWs und Haushalte. Als Full-Service User Experience-Agentur berät die eresult GmbH seine namenhaften Kunden im In- und Ausland entlang des gesamten Produktlebenszyklus – von der Anforderungsanalyse, Konzeption und dem Prototyping über die Evaluation und Optimierung bis hin zur kontinuierlichen Erfolgskontrolle.

Neben dem Hauptsitz in Göttingen ist die eresult GmbH aktuell an fünf weiteren Standorten in Deutschland vertreten: Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, Stuttgart und München.

Internationales Netzwerk

Mithilfe eines internationalen Netzwerks an Partnern und der Mitgliedschaft bei ESOMAR (European Society for Opinion and Market Research) ist die eResult GmbH nicht nur auf den deutschsprachigen Markt beschränkt, sondern forscht und berät weltweit. www.esomar.org

Vom internationalen Zusammenschluss der Fachexperten für Usability und User Experience UXQB (International Usability and User Experience Qualification Board e.V.) wurde die eresult GmbH als qualifizierter Trainingsanbieter anerkannt und fördert aktiv die Qualifizierung und Standardisierung der Aus- und Weiterbildung. www.uxqb.org

Kontakt Presse

Tatjana Balcke

Telefon: 0178-8977959

Telefon: 040-36166-7983

E-Mail: tatjana.balcke@eresult.de

Web: www.eresult.de

eresult GmbH -- Planckstr. 23 -- 37073 Göttingen

Standort Hamburg: Elbchaussee 13, 22765 Hamburg

Standort Frankfurt a. M.: Uhlandstraße 58, 60314 Frankfurt

Standort Köln: Hansaring 145-147, 50670 Köln

Standort Stuttgart: Uhlandstr. 16, 70182 Stuttgart

Standort München: Landshuter Allee 14, 80637 München

Usabilityblog.de

Alles rund um das spannende Themengebiet Usability & User Experience.