

Presse-Information

P292/20
September 8, 2020

BASF führt "Empowering Movement"-Markenstrategie für Infinergy ein

- Die neue Markenidentität von Infinergy stellt die Kraft der Bewegung dar
- Hochmoderner virtueller Ausstellungsraum, inspiriert von der einzigartigen Form und den Eigenschaften der expandierten thermoplastischen Polyurethan-Perlen von Infinergy

Die BASF hat heute eine neue Markenstrategie mit dem Titel "Empowering Movement" eingeführt, die Infinergy[®] – ihr expandiertes thermoplastisches Polyurethan (E-TPU) – mit einer aufgefrischten Markenidentität präsentiert, die die Kraft der Bewegung darstellt. Darüber hinaus stellte die BASF einen hochmodernen virtuellen Showroom vor, in dem die vielfältigen Anwendungen und Eigenschaften von Infinergy präsentiert werden.

„Infinergy war schon immer ein Synonym für Innovation und hat die Grenzen der Chemie überwunden, um Erfindungen wie Dunlop-Schläger, Adidas Boost-Schuhe und Ergon-Sättel zu verbessern. Die neue Markenidentität verkörpert das Markenversprechen von Infinergy sowie seine Entwicklung vom weltweit ersten expandierten thermoplastischen Polyurethan (E-TPU) zu einer führenden Marke im Segment der hochleistungsfähigen Materiallösungen“, sagte Dr. Jens P. Dierssen, Global Business Management, Infinergy. „Mit der 'Empowering Movement'-Kampagne wollen wir mit Marken und ihren Kunden in Kontakt treten und einen

Dialog darüber anstoßen, wie Infinergy dazu beitragen kann, Designpotenzial freizusetzen.“

Ein mutiges neues Image für "Change Makers" und "Go-Getters".

Mit seinen kursiv gedruckten Schriften, die Bewegung symbolisieren, und seiner Positivität und Schnelligkeit, ruft das aufgefrischte Markenimage von Infinergy ein Gefühl von Energie und „Empowerment“ hervor. Der Buchstabe "e" ist bewusst der Infinergy E-TPU-Perle nachempfunden, während der Pfeil innerhalb des "e" für die endlosen Leistungsvorteile steht, die das Material im Hinblick auf Reaktivität, Komfort und Langlebigkeit bietet.

„Die neue Markenstrategie richtet sich an zwei Hauptzielgruppen: „Change Makers“ und „Go-Getter“. 'Change Makers' sind die Unternehmer und Ingenieure, die sich darauf konzentrieren, industriedefinierende Produkte zu entwickeln, die die Welt voranbringen, und 'Go-Getter' sind Verbraucher, die die mit Infinergy gestärkten Produkte wie Fahrradsättel, Schläger, Reifen oder Sportböden genießen. Diese Strategie zeigt, wie die Marke Infinergy unsere Kunden befähigt, die nächste Stufe zu erreichen“, fügte Dierssen hinzu.

Virtueller Showroom für Ideenfindung und Co-Kreation

Inspiziert von der einzigartigen Form und Infrastruktur der Infinergy-Perle umfasst der Showroom drei Bereiche:

- **Identity Area** – Dieser Bereich stellt die neue Markenphilosophie vor und hilft den Besuchern so zu verstehen, wie Infinergy die Bewegung vor allem in drei Hauptsektoren - Schuhe, Sport und Freizeit sowie Bodenbeläge – verstärkt.
- **Showroom Area** – Vorstellung erfolgreicher Projekte mit wichtigen Partnern und Kunden, wie der südamerikanischen Marke Maincal für die Einführung ihrer neuesten Sicherheitsschuhlinie „Voran“ und anderen renommierten Marken wie Elten und U-Power
- **Resource Area** – Wissensbereich, der es dem Publikum ermöglicht, neue Infinergy-Innovationen zu verstehen, wie zum Beispiel die kürzlich eingeführten schwarzen Perlen und Mini-Perlen

Infinergy von BASF ist seit seiner Markteinführung im Jahr 2013 die Grundlage für einige der führenden Innovationen unserer Kunden - von Schuhen bis hin zu

Tennisschlägern. Heute können Millionen von Kunden die Kraft von Infinergy in Hochleistungsprodukten in einigen der anspruchsvollsten Anwendungen spüren, da es im Vergleich zu herkömmlichen Materialien eine überlegene Energierückgabe und Reaktionsfähigkeit bietet

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Website: infinergy.basf.com, infinergy-virtualshowroom.com

Über den Unternehmensbereich Performance Materials der BASF

Der Unternehmensbereich Performance Materials der BASF bündelt das gesamte Know-how der BASF über innovative, kundenspezifische Kunststoffe unter einem Dach. Der Unternehmensbereich ist weltweit in vier großen Industriezweigen – Transport, Bau, industrielle Anwendungen und Konsumgüter – tätig und verfügt über ein solides Portfolio an Produkten und Dienstleistungen, das mit einem tiefen Verständnis für anwendungsorientierte Systemlösungen kombiniert sind. Wesentliche Faktoren für Profitabilität und Wachstum sind die enge Zusammenarbeit mit Kunden und ein klarer Fokus auf Lösungen. Ausgeprägte Kompetenzen in Forschung und Entwicklung bilden die Grundlage für die Entwicklung innovativer Produkte und Anwendungen. Im Jahr 2019 erzielte die Division Performance Materials einen weltweiten Umsatz von 6,06 Mrd. €. Weitere Informationen online: www.plastics.basf.com.

Über BASF

Chemie für eine nachhaltige Zukunft, dafür steht BASF. Wir verbinden wirtschaftlichen Erfolg mit dem Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung. Mehr als 117.000 Mitarbeiter arbeiten in der BASF-Gruppe daran, zum Erfolg unserer Kunden aus nahezu allen Branchen und in fast allen Ländern der Welt beizutragen. Unser Portfolio haben wir in sechs Segmenten zusammengefasst: Chemicals, Materials, Industrial Solutions, Surface Technologies, Nutrition & Care und Agricultural Solutions. BASF erzielte 2019 weltweit einen Umsatz von 59 Milliarden €. BASF-Aktien werden an der Börse in Frankfurt (BAS) sowie als American Depositary Receipts (BASFY) in den USA gehandelt. Weitere Informationen unter www.basf.com.