

Göttingen, 17. Februar 2020

Simplifying Progress: Sartorius schärft seinen Markenauftritt

- ‚Simplifying Progress‘ fasst Markenanspruch zusammen
- Neues Logo und neue Farben unterstreichen neue Markenpositionierung

Neues Markenversprechen, neues Logo, neue Farben - Sartorius sieht seit heute anders aus. Der international führende Partner der biopharmazeutischen Forschung und Industrie hat seinen Markenauftritt überarbeitet. Im Zentrum des Relaunchs steht das neue Markenversprechen, das Sartorius in einem neuen Claim verdichtet hat: Simplifying Progress. Mit seinen Produkten und Technologien will das Unternehmen die Arbeit seiner Kunden vereinfachen und ihnen damit helfen, schneller medizinischen Fortschritt zu erzielen und innovative Medikamente verfügbar zu machen. Um den neuen Markenanspruch zu unterstreichen, hat Sartorius auch sein visuelles Erscheinungsbild verändert, ein neues Logo eingeführt und seinen Markenauftritt auf Teilkonzern- und Spartenebene zusammengefasst.

„Sartorius hat sich in den letzten 20 Jahren zu einem anderen Unternehmen entwickelt, insbesondere was unseren Beitrag bei der Entwicklung und Herstellung moderner Biopharmazeutika betrifft. Gleichzeitig verändern sich die Ansprüche unserer weltweiten Kunden und auch unser Wettbewerbsumfeld ist in Bewegung“, sagte der Sartorius-Vorstandsvorsitzende Joachim Kreuzburg. „Die Marke Sartorius muss die richtigen, relevanten Botschaften in die Köpfe unserer Kunden tragen, nämlich, dass wir ihnen leistungsfähige Werkzeuge an die Hand geben, um medizinische Wirkstoffe schneller und einfacher zu identifizieren, zu entwickeln und effizienter zu produzieren. Auf diese Weise tragen wir dazu bei, neue Medikamente schneller und einem größeren Patientenkreis verfügbar zu machen. Und schließlich ist es auch ein Teil unseres Markenversprechens, dass es unkompliziert ist, mit uns zusammen zu arbeiten.“

Das gesamte Rebranding wird einige Zeit in Anspruch nehmen, denn Sartorius hat sich für einen schrittweisen und umweltfreundlichen Umstellungsprozess entschieden. Innerhalb der nächsten Monate werden das neue Markendesign auf alle Sartorius-Produkte ausgedehnt. Die Produktmarken beider Sparten wie ambr®, IncuCyte®, BIOSTAT®, Cubis® werden weiterhin genutzt werden.

Weitere Informationen zum überarbeiteten Markenauftritt finden Sie [hier](#).

Aktuelle Fotos zum Download

<https://www.sartorius.com/en/company/newsroom/downloads-publications>

Sartorius in Kürze

Der Sartorius Konzern ist ein international führender Partner der biopharmazeutischen Forschung und Industrie. Die Sparte Lab Products & Services konzentriert sich mit innovativen Laborinstrumenten und Verbrauchsmaterialien auf Forschungs- und Qualitätssicherungslabore in Pharma- und Biopharmaunternehmen und akademischen Forschungseinrichtungen. Die Sparte Bioprocess Solutions trägt mit einem breiten Produktportfolio mit Fokus auf Einweg-Lösungen dazu bei, dass Biotech-Medikamente und Impfstoffe sicher und effizient hergestellt werden. Der Konzern wächst durchschnittlich zweistellig pro Jahr und ergänzt sein Portfolio regelmäßig durch Akquisitionen von komplementären Technologien. Im Geschäftsjahr 2019 erzielte das Unternehmen nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von rund 1,83 Milliarden Euro. Ende 2019 waren mehr als 9.000 Mitarbeiter an den rund 60 Produktions- und Vertriebsstandorten des Konzerns für Kunden rund um den Globus tätig.

Folgen Sie Sartorius auf [Twitter @Sartorius Group](#) und auf [LinkedIn](#).