

## Immobilien-Marketing

### Neues Logo für Sonae Group und Sonae Sierra

Die Sonae Group und ihre Tochtergesellschaften, darunter der Shoppingcenter-Spezialist Sonae Sierra, haben sich ein neues Logo gegeben. Dabei stellt die Gruppe ihren Namen noch deutlicher in den Vordergrund als bislang und verzichtet auf ergänzende Symbolik. Lediglich der Bestandteil „Sonae“ wird in einer Art Leuchtreklame hervorgehoben. Auch farblich rückt das Unternehmen vom seriös und edel, aber auch distanzierend wirkenden goldenen und marineblauen Logo mit schwarzer Schrift ab und gibt dem Shoppingcenter-Segment mit Magenta deutlich mehr Frische. Als Teil

einer weiterentwickelten Corporate Identity soll damit der Anspruch unterstrichen werden, Innovation und Spannung in die Shoppingcenter-Branche einzubringen. „Ich bin sicher, dass das neue Logo die

**SONAE SIERRA**

besonderen Eigenschaften von Sonae Sierra – Innovationsgeist, Leidenschaft und Enthusiasmus – noch besser ausdrücken kann“, lässt sich der Kommunikationsverantwortliche des Unternehmens, Tiago Vidal, zitieren. Mit Erneuerungen im Bereich der Corporate Identity hat

Sonae Sierra bereits einige Erfahrung. So hatte das Unternehmen seinen ursprünglichen Namen „Sonae Imobiliária“ durch „Sonae Sierra“ ersetzt. In der Folge sei zum einen der Markenwert des Konzerns spürbar gestiegen. Zudem hätten Umfragen ergeben, dass durch die Namensänderung die Reputation von Sonae Sierra verbessert wurde. Das Unternehmen ist Eigentümer von 52 Einkaufszentren in Portugal, Spanien, Italien, Deutschland, Griechenland, Rumänien und Brasilien mit einer vermietbaren Gesamtfläche (GLA) von über zwei Millionen Quadratmetern.