

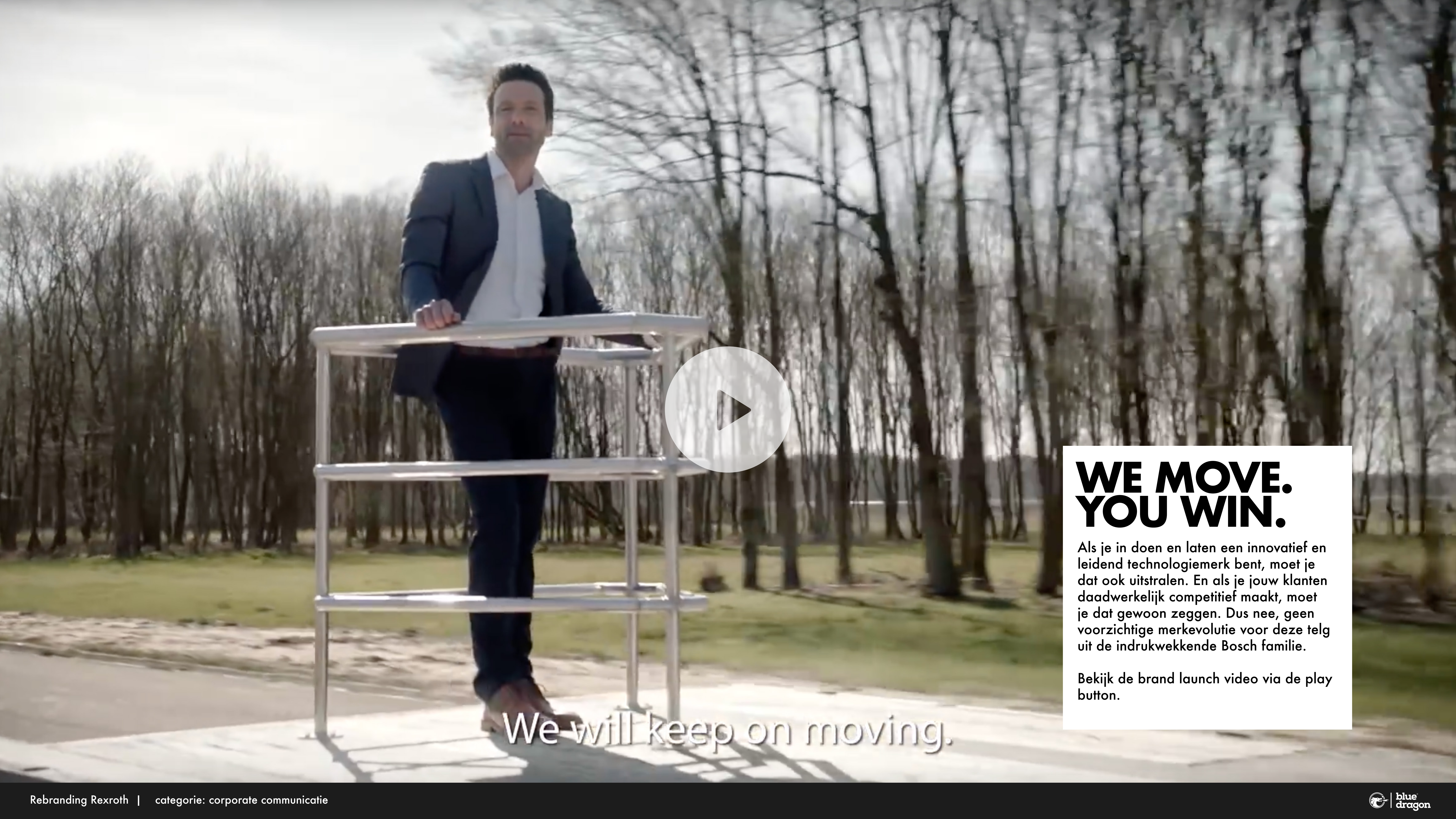
rexroth

A Bosch Company

THE POWER OF MOVEMENT

Om vooruit te komen, moet je zelf in beweging zijn. Alleen dan kun je oplossingen ontwikkelen die anderen weer in beweging brengen.

Deze kettingreactie van beweging, dáár gaat Rexroth over. Het werd de basis voor de internationale rebranding.

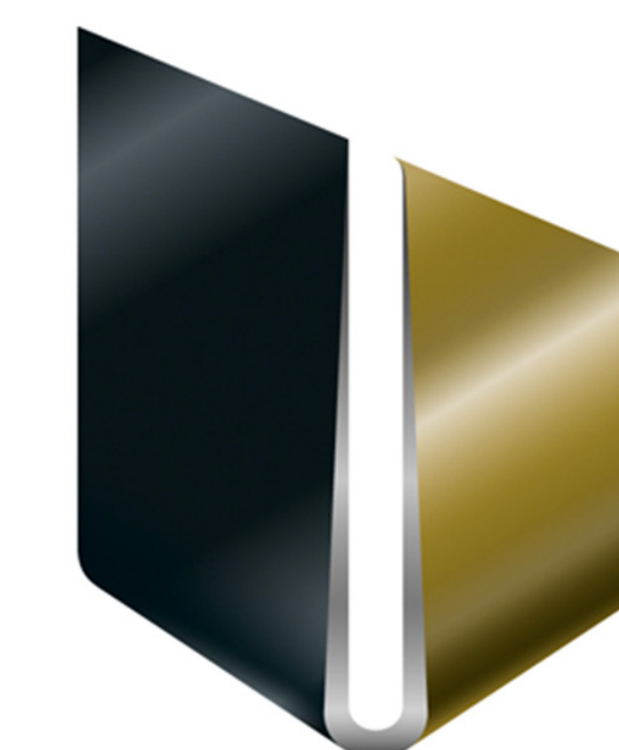


WE MOVE. YOU WIN.

Als je in doen en laten een innovatief en leidend technologiemark bent, moet je dat ook uitstralen. En als je jouw klanten daadwerkelijk competitief maakt, moet je dat gewoon zeggen. Dus nee, geen voorzichtige merkevolutie voor deze telg uit de indrukwekkende Bosch familie.

Bekijk de brand launch video via de play button.

We will keep on moving.



german
brand
award
2019
winner

ALS ROLF HET ZEGT

Het merk Rexroth is gebaseerd op 4 pijlers: Power, Efficiency, Safety and Intelligence. Wie kan dit nu beter uitdragen dan CEO Rolf Najork? We produceerden 4 pillar movies met Rolf Najork in de hoofdrol. De stropdas ging af en hij schitterde als voorganger in de nieuwe, coole koers van Rexroth.

Bekijk de compilatie van de pillar movies via de play button op de volgende pagina.



ELKE DISCIPLINE EEN VERHAAL VOOR NU, LATER EN IN DE TOEKOMST

Vandaag geweldige dingen doen is mooi. Maar wat doe je als er morgen nóg mooiere oplossingen komen, laat staan over een paar jaar? Met Now. Next. Beyond. neemt Rexroth doelgroepen aan de hand in de technologische storm die woedt.



**Factory of
the Future**
Now. Next. Beyond.

Smarter mobile machines
by combining data with
hydraulics?
Explore more.

**Transforming
Mobile Machines**
Now. Next. Beyond.



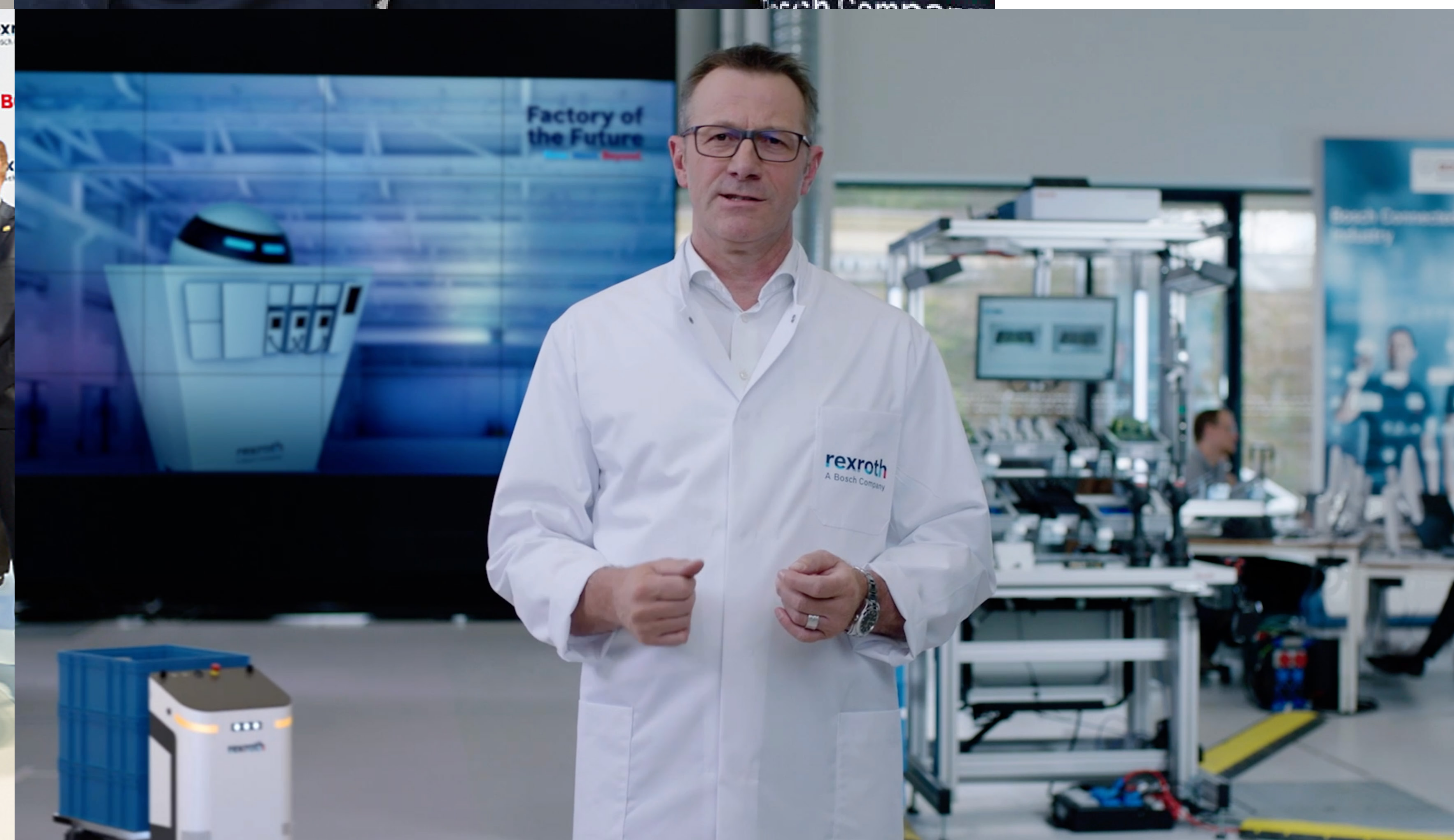
**Connected
Hydraulics**
Now. Next. Beyond.





EN TOEN... TOEN GING HET LEVEN

Wanneer weet je dat een rebranding gelukt is? Als uit onderzoek blijkt dat doelgroepen je inderdaad zijn gaan zien zoals je vooraf bedacht had? Als gewilde talenten nu wél bij je willen werken? Als je commercieel groeit? Het is allemaal gelukt, maar zo zijn er nog veel meer doelen te behalen. Uiteindelijk is een rebranding pas écht geslaagd als het verhaal gaat leven. En dat kun je niet echt meten. Het is een gevoel.



HET IS NOOIT KLAAR

Een rebranding is geen momentopname maar een continu proces.

Wij blijven dan ook druk bezig om samen met de teams van Rexroth te werken aan activiteiten, kanalen en concepten die de propositie van het merk laden. Campagnes, labels, content, events, gimmicks... de lijst is eindeloos. Gelukkig maar.

