



**Launch des erneuerten Markenauftritts
Pressemitteilung**

GLS startet Rebranding: Frisches Design und moderner Look

Dynamischer Markenauftritt spiegelt Ambitionen des Unternehmens wider

Neuenstein, 4. Oktober 2021 – GLS, einer der führenden Paketdienstleister in Europa präsentiert sich seit heute in neuem Look. Das modernisierte Branding baut auf dem auf, was GLS in Deutschland und Europa erfolgreich gemacht hat und unterstützt die Wachstumsziele des Dienstleisters. Im Mittelpunkt steht weiterhin, dass GLS mit herausragenden Lösungen jede Paketzustellung möglich macht. Allerdings: GLS betont mit ihrem neuen Markenauftritt noch stärker die Menschen, die hinter jeder einzelnen Sendung stehen: Versender genauso wie Empfänger. Ihre Ziele, Emotionen und Geschichten rücken in den Mittelpunkt. Den Markenkern bringt das Unternehmen über einen modernen und benutzerfreundlichen Gesamtlook zum Ausdruck.

Die Auffrischung im Auftritt des Unternehmens fällt schnell durch die Verwendung eines neuen Logos inklusive auffälliger Blau- und Gelbtöne auf. Der gelbe Pfeil, der das Unternehmen seit langem repräsentiert und für die Dynamik der GLS und ihrer Dienstleistung steht, wurde in den Buchstaben G integriert und mit einem kompakteren Design versehen, das von einem Punkt abgeschlossen wird. Der Punkt symbolisiert, worauf es am Ende ankommt: Die Kundinnen und Kunden im digitalen Zeitalter. GLS verbindet sie und ist nah bei ihnen. Das zeitgemäße Erscheinungsbild wird durch eine klare Sprache mit einem unterhaltsamen, humorvollen Ton und Stil verstärkt.

Die Erneuerung der Marke fällt in eine Zeit großer Veränderungen für das Unternehmen. Kundinnen und Kunden suchen zunehmend nach flexiblen, transparenten und nachhaltigen Versandlösungen. Als Antwort auf diesen wachsenden Bedarf hat die GLS ihr Netzwerk und ihre Dienstleistungen verstärkt auf internationale, digitale und klimaneutrale Lösungen ausgerichtet. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die führende Rolle im länderübergreifenden Versand zu stärken und seine starke Präsenz sowohl im B2B- als auch B2C-Bereich auszubauen. Dank des engmaschigen grenzüberschreitenden Netzwerks und umfassenden Kenntnissen des lokalen Marktes ist GLS zuversichtlich, ihr ambitioniertes Wachstumsziel bis 2025 zu erreichen.

„Wir bei GLS bieten seit über 30 Jahren einen persönlichen und reibungslosen Service und haben mit unseren Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden ein starkes Fundament aufgebaut. Da sich die Bedürfnisse dieser und der Paketmarkt im Allgemeinen schnell verändern, ist es an der Zeit, dass auch wir uns weiterentwickeln“, sagt Martin Seidenberg, CEO der GLS Gruppe. „Unser modernisierter Gesamtauftritt repräsentiert unsere Arbeit und unseren Ehrgeiz auf eine helle und zukunftsorientierte Weise. Er ist dynamisch, mutig, modern, lebendig und persönlich. So zeigen wir perfekt, wer wir sind und wer wir sein werden.“ Dr. Karl Pfaff, Vorsitzender der Geschäftsführung der GLS Germany, ergänzt: „Uns



geht es um mehr als nur einen erstklassigen Service. Wir wollen unsere Versand- und Endkunden gleichermaßen begeistern. Das zeigen wir ab sofort auch mit unserem erneuerten Branding und einer offenen und nahbaren Kommunikation.“

Das neue Branding wird ab dem offiziellen Start am 4. Oktober 2021 schrittweise auf allen Märkten in Europa und Nordamerika eingeführt.

Über die GLS Gruppe

Die GLS Gruppe ist einer der führenden Anbieter grenzüberschreitender Paketdienstleistungen. Das Unternehmen bietet seinen Kundinnen und Kunden in 41 Ländern zuverlässige, qualitativ hochwertige und individuelle Paketdienstleistungen, die durch Fracht- und Expressdienste ergänzt werden. Dank des ausgedehnten grenzüberschreitenden Netzwerks und der ausgeprägten Kenntnis der lokalen Märkte können die Kundinnen und Kunden in ganz Europa und darüber hinaus den gleichen nahtlosen, flexiblen und persönlichen Service erwarten. GLS ist über eigene Gesellschaften auch in Kanada und an der Westküste der USA tätig. Das GLS Netz besteht aus 71 zentralen und regionalen Umschlagplätzen und rund 1.500 Depots. Sie werden von etwa 31.000 Fahrzeugen für die Zustellung auf der letzten Meile und 4.000 Lkw unterstützt. GLS beschäftigt rund 21.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2020/21 hat GLS trotz globaler Herausforderungen einen Rekordumsatz von 4,5 Milliarden Euro erzielt und 840 Millionen Pakete zugestellt.

Weitere Informationen: gls-group.com

Weitere News, Features sowie die Mediathek finden Sie unter gls-newsroom.de

STROOMER PR Concept GmbH
E-Mail: presse@stroomer.de
Telefon: +49 40 853133 0

GLS Germany
Pelle Faust
Project Manager External Communications
E-Mail: presse@gls-germany.com