

PRESSEINFORMATION

Wien, 22. Oktober 2024

VKI: Startschuss für neues Corporate Design

Der Verein für Konsumenteninformation und seine Zeitschrift KONSUMENT verpassen sich mit 24. Oktober einen frischen Auftritt.

Unter dem Motto „Der VKI bleibt neu“ erhalten der Verein für Konsumenteninformation und die hauseigene Zeitschrift KONSUMENT einen neuen Anstrich. „Das neue Corporate Design ist ein weiteres Zeichen in Richtung Modernisierung – wesentliche Schritte wurden bereits hinsichtlich Digitalisierung unternommen“, betont Geschäftsführer, Wolfgang Hermann. Das neue Design des Verbraucher:innen-Magazins ist ebenfalls ab 24.10.2024 in der November-Ausgabe des KONSUMENT und auf <https://vki.at/> zu sehen.

VERLÄSSLICH KLAR INFORMIERT

Der VKI positioniert sich als die unabhängige, transparente und faktenbasierte Informationsquelle für alle Konsument:innen. Der Claim VERLÄSSLICH KLAR INFORMIERT verdeutlicht diese Positionierung. Durch das erfrischende optische Erscheinungsbild quer über alle Kanäle möchte der VKI als Dachmarke verschiedene Zielgruppen ansprechen, die Informationen zu Kaufentscheidungen, eine Beratung oder Interventionen benötigen. Deutlich mehr Aufmerksamkeit als in der Vergangenheit werden künftig die digitalen Kanäle erhalten, um die relevanten und wertvollen Inhalte möglichst vielen zugänglich zu machen.

„Der VKI befindet sich in einem Transformationsprozess. Dazu zählen zahlreiche Maßnahmen – eine davon ist der Marken-Relaunch bzw. die Modernisierung des Verbraucher:innen-Magazins KONSUMENT“, teilt Franziska Keck, Bereichsleiterin Marketing und Vertrieb, mit. „Der VKI setzt sich für die Unabhängigkeit und für eine zukunftssträchtige Strategie ein, das Fundament dafür sind allerdings die Mitarbeiter:innen, die das neue Konzept und die dahinterstehenden Werte mit uns mittragen – und dafür sind wir dankbar.“ Für die Konzeption und Umsetzung des neuen Corporate Designs sowie für das Basisdesign des KONSUMENT zeichnet sich liga graphic design Wiebach KG verantwortlich.

KONSUMENT im neuen Design

Das Layout des Verbraucher:innen-Magazins wurde generalüberholt und damit in die heutige Zeit geholt. Ein ausgeklügeltes Farbsystem, inhaltliche Überarbeitungen, klarere Schriften und die deutlich optimierte Aufbereitung der Testtabellen sorgen für ein lesefreundlicheres Erlebnis. Dies hat dem Umfang keinerlei Abbruch getan, so können sich die Leser:innen auf die gewohnte Fülle an Inhalten und

Expertise in Form von Tests und Reports verlassen. Inhalte werden verstärkt online bereitgestellt, um eine jüngere Zielgruppe zu erreichen und einen Multichannel-Zugang zu relevanten Themen für alle Konsument:innen zu garantieren. Bereichsleiterin Katrin Halbhuber: „KONSUMENT ist seit über 60 Jahren ein glaubwürdiger Partner, wenn es um faktenbasierte Kaufentscheidungen geht. Deshalb stellen wir die Expertise des gesamten VKI im ‚neuen‘ KONSUMENT noch stärker in den Vordergrund: von Produkttests über Informationen zu Rechts- und Finanzthemen bis hin zu Medizin und Nachhaltigkeit. Ein neues Layout führt unsere Leser:innen durch diese Fülle an Inhalten, die von der Redaktion täglich aufbereitet werden. Damit wollen wir nicht nur unsere treuen Abonnent:innen mit auf den Weg in die Zukunft nehmen, sondern natürlich auch neue Leser:innen überzeugen: ‚Wenn's im KONSUMENT steht, dann kann ich mich darauf verlassen.‘“

SERVICE: Alle Online-Angebote und die Zeitschrift KONSUMENT erscheinen ab 24. Oktober im neuen Gewand.

RÜCKFRAGEHINWEIS FÜR MEDIENANFRAGEN:

VKI-Pressestelle, Tel.: +43 664 231 44 81, E-Mail: presse@vki.at

