

PRESSEMITTEILUNG

Neuer Name für die Autohandelsgruppe: Aus HWGruppe und Autohaus Hofmann wird einheitlich Hofmann Automobile.

Ingolstadt, [20.11.2024] – Ab dem 1. Dezember 2024 präsentiert sich die bisher unter dem überregionalen Namen HWGruppe bekannte Autohandelsgruppe einheitlich als Hofmann Automobile. Der neue Markenauftritt ersetzt zugleich die bisherige Bezeichnung Autohaus Hofmann, unter der die regionalen Filialen bekannt sind.

Die Neuausrichtung geht mit neu definierten Leitsätzen und geschärften Markenwerten über einen neuen Namen und ein neues Logo hinaus. Sie ist eine bewusste Antwort auf die sich wandelnden Anforderungen im Autohandel und unterstreicht die Vision des Unternehmens, auch in Zukunft richtungsweisend im Markt zu agieren.

Das Ziel der neuen Marke

Markenwerte sind das Herzstück einer Marke – sie definieren, wofür sie steht und wie sie sich von anderen abhebt. Diese Werte beeinflussen, wie Kundinnen und Kunden die Marke erleben und entscheiden, ob sie sich für sie begeistern oder nicht. Starke Markenwerte fördern Loyalität und sorgen für langfristige Kundenbeziehungen.

„Ziel der neuen Marke ist es eine einheitliche und starke Unternehmenskultur zu schaffen. Damit bekommt Hofmann Automobile ein unverwechselbares Profil mit dem wir uns von der Konkurrenz abheben und unsere Kundinnen und Kunden sowie potenzielle Mitarbeitende ansprechen. Die neue Marke stärkt zudem den Teamgeist und die Identifikation unserer Mitarbeitenden mit dem Unternehmen. Wir möchten, dass alle Standorte und Mitarbeitenden dieselben Werte und Ziele teilen, was letztlich zu einem noch besseren Kundenerlebnis führt.“, so Kerstin Bacher, Geschäftsführerin und Leiterin Personal und Recht.

HOFMANN

Der Prozess der Markenentwicklung

Während eines etwa einjährigen Prozesses definierte ein internes Team mit der Hilfe des Ingolstädter Beraters Jan Glaser (JC Glaser GmbH) neue Leitsätze für das Unternehmen, schärfte die Markenwerte und übersetzte diese in eine moderne Designsprache. In die Ergebnisse flossen sowohl eigene Erfahrungen von Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden sowie Erkenntnisse aus Markenstudien zu den Wünschen von BMW-Fahrerinnen und -Fahrern ein.

Die Werte authentisch, energiegeladen und optimistisch bilden die zentralen Säulen der neuen Markenstrategie.

„Unsere neuen Werte stärken den Teamgeist und sichern, dass wir weiterhin das bestmögliche Kundenerlebnis bieten,“ betont Florian Hofmann. „Wir wollen mehr als nur Automobile verkaufen – wir schaffen echten Mehrwert und sind für unsere Kundinnen und Kunden verbindlich, effizient und aufmerksam da.“

Die Kernbotschaft von Hofmann Automobile ist ein Versprechen an alle Kundinnen und Kunden: Hofmann schafft Freiraum für die, die voranfahren.

Auch das Gebrauchtwagen Zentrum Ostbayern bekommt einen neuen Namen

Auch das bisherige Gebrauchtwagen Zentrum Ostbayern wird umbenannt und zukünftig unter „Hofmann Automobile Ostbayern“ geführt. Am Standort in der Junkerstraße 17, 93055 Regensburg, bietet das Unternehmen nicht nur Gebrauchtwagen, sondern mit der neuen Marke XPENG nun auch Neuwagen an.

Das Hofmann-Logo: Ein Symbol für Freiraum und Fortschritt

Das neue Hofmann-Logo zeigt ein minimalistisches Design. Mit einer kräftigen, serifenlosen Schrift verkörpert es Freiraum und Bewegung. Der Einsatz von gezielten Lücken und großzügigen Abständen verleiht dem Logo Leichtigkeit und Modernität. Das „A“ in Hofmann verkörpert einen Pfeil, der zielstrebig in die Zukunft weist und Fortschritt symbolisiert. Dieses Designelement sorgt für einen einzigartigen Look, der flexibel von Print bis Digital eingesetzt werden kann.