

Vauth-Sagel mit neuer Markenbotschaft:

„Comfort makes the difference“ – Mehr als ein Versprechen

Köln, 20.05.2025 – Vauth-Sagel stellt mit dem aktuellen Claim „Comfort makes the difference“ die Kernbotschaft seiner Produktphilosophie in den Mittelpunkt: Komfort ist spürbarer Mehrwert im Alltag! Der neue Leitsatz ist keine Neuausrichtung, sondern eine klare Rückbesinnung auf das, was die Produkte des Unternehmens seit jeher prägt – intuitive Funktionalität, durchdachtes Design und höchste Benutzerfreundlichkeit, die die Lebensqualität der Menschen verbessert – und das auf der ganzen Welt!

Komfort als Produktversprechen – und strategische Leitidee

Mit dem neuen Claim „Comfort makes the difference“ rückt Vauth-Sagel ein zentrales Versprechen ins Rampenlicht, das längst tief in der DNA des Unternehmens verwurzelt ist: Komfort ist kein bloßer Zusatznutzen – er ist Ausgangspunkt, Maßstab und Ziel zugleich.

„Komfort bedeutet für uns weit mehr als Bequemlichkeit. Er steht für Orientierung, Klarheit und einen echten Mehrwert im Alltag der Menschen“, erklärt Claus Sagel, Geschäftsführer von Vauth-Sagel. „Mit *Comfort makes the difference* bringen wir diese Haltung auf den Punkt – und in jede unserer Lösungen.“

Was lange als Selbstverständlichkeit in der Produktentwicklung galt, wird nun strategisch geschärft und umfassend sichtbar gemacht: vom Designprozess über die Kommunikation bis hin zum Nutzererlebnis. Komfort wird nicht nur gedacht, sondern konsequent gelebt – als Haltung, die Innovation und Menschlichkeit verbindet. Aus dieser inneren Stärke heraus wird der Anspruch nun sichtbar gemacht und ganzheitlich auf alle Bereiche übertragen: Von der Gestaltung über die Kommunikation bis hin zum Kundenerlebnis.

„Comfort makes the difference“ – das bedeutet für uns:

- Mehr Raum für das Wesentliche: Komplexität minimieren und Klarheit schaffen
- Benutzerfreundlichkeit als Standard: Intuitive Bedienung und smarte Funktionen stehen im Mittelpunkt.
- Globale Relevanz: Komfort ist universell. Vauth-Sagel Lösungen wirken für alle, überall, jeden Tag.
- Nachhaltige Qualität: Komfort bedeutet auch Langlebigkeit, Ressourcenschonung und verantwortungsvolle Gestaltung.

Ein Versprechen, das wir leben

Mit dieser Ausrichtung definiert Vauth-Sagel Komfort als zukunftsfähigen Wettbewerbsfaktor und emotionale Verbindung zum Nutzer. Der neue Claim ist nicht nur ein Marketingelement – er ist Ausdruck einer konsequent menschenzentrierten Unternehmensstrategie.

Komfort ist kein Trend. Komfort ist der Antrieb.

VAUTH
SAGEL
MEDIENINFORMATION

VAUTH-SAGEL:

Zeitgemäße und innovative Stauraumlösungen. Dafür steht Vauth-Sagel im Kern seit mehr als 60 Jahren. Das inhabergeführte Familienunternehmen stellt bei all seinen Stauraumlösungen den Wunsch des Menschen nach möglichst hohem Komfort in den Mittelpunkt. Danach richten sich die Kompetenzbereiche Entwicklung, Fertigung und Vertrieb – Tag für Tag. Die Kernkompetenz im Bereich der Küchen- und Möbelindustrie hat sich längst auch auf moderne Wohnkomponenten übertragen. Und das motiviert die mehr als 850 Beschäftigten dazu, jedes Jahr mehr als 85 Millionen Produkte mit dem Qualitätsmerkmal „Made in Germany“ herzustellen. Neben der langjährigen materialübergreifenden Kompetenz gibt es noch weitere Merkmale, die dafür sorgen, dass die weltweiten Kunden von Vauth-Sagel den entscheidenden Schritt voraus sind: „Hochwertige Systemlösungen für Lebensräume schaffen. Und das für alle Menschen“ – dieses Versprechen basiert auf zukunftsweisenden Impulsen bei Produktgestaltung und -ausstattung. Das alles ist Vauth-Sagel.

VAUTH-SAGEL MEDIENABTEILUNG

Angelika Weidling

Mail: media@vauth-sagel.de