

Vauth-Sagel présente son nouveau message de marque :

«Le confort fait la différence» – Plus qu'une promesse

Cologne, le 20 mai 2025 – Vauth-Sagel place au cœur de sa philosophie produit le message central de son nouveau slogan « Le confort fait la différence » : le confort est une valeur ajoutée tangible au quotidien ! Ce nouveau leitmotiv n'est pas une réorientation, mais un retour clair à ce qui caractérise depuis toujours les produits de l'entreprise – une fonctionnalité intuitive, un design réfléchi et une convivialité optimale qui améliorent la qualité de vie des personnes dans le monde entier.

Le confort comme promesse produit – et idée directrice stratégique

Avec le nouveau slogan « Le confort fait la différence », Vauth-Sagel met en lumière une promesse centrale profondément ancrée dans l'ADN de l'entreprise : le confort n'est pas simplement un avantage supplémentaire – il est à la fois point de départ, référence et objectif.

« Pour nous, le confort signifie bien plus que la commodité. Il représente l'orientation, la clarté et une véritable valeur ajoutée dans le quotidien des gens », explique Claus Sagel, directeur général de Vauth-Sagel. « Avec 'Le confort fait la différence', nous résumons cette attitude – et l'intégrons dans chacune de nos solutions. »

Ce qui était depuis longtemps une évidence dans le développement de produits est désormais affiné stratégiquement et rendu visible de manière globale : du processus de conception à la communication, en passant par l'expérience utilisateur. Le confort n'est pas seulement pensé, mais vécu de manière cohérente – comme une attitude qui allie innovation et humanité. Fort de cette force intérieure, le slogan est désormais rendu visible et transféré de manière holistique à tous les domaines : de la conception à la communication, en passant par l'expérience client.

« Le confort fait la différence » – Pour nous, cela signifie:

- Plus d'espace pour l'essentiel : minimiser la complexité et créer de la clarté
- La convivialité comme norme : une utilisation intuitive et des fonctions intelligentes au centre
- Pertinence mondiale : le confort est universel. Les solutions Vauth-Sagel fonctionnent pour tous, partout, chaque jour
- Qualité durable : le confort signifie également longévité, préservation des ressources et conception responsable

Une promesse que nous vivons

Avec cette orientation, Vauth-Sagel définit le confort comme un facteur de compétitivité durable et une connexion émotionnelle avec l'utilisateur. Le nouveau slogan n'est pas seulement un élément marketing – il est l'expression d'une stratégie d'entreprise centrée sur l'humain.

Le confort n'est pas une tendance. Le confort est le moteur.



VAUTH-SAGEL :

Des solutions de stockage contemporaines et innovantes. C'est ce que représente Vauth-Sagel depuis plus de 60 ans. Dans toutes ses solutions de rangement, l'entreprise familiale gérée par ses propriétaires place au centre le désir de l'homme de bénéficier d'un confort maximal. Les domaines de compétence en matière de développement, de production et de vente sont orientés dans ce sens, jour après jour. L'expertise de base dans l'industrie de la cuisine et du meuble a depuis longtemps été transférée aux composants modernes de la maison. C'est ce qui motive les plus de 850 employés à fabriquer chaque année plus de 85 millions de produits portant le label de qualité « Made in Germany ». Outre une expertise de longue date dans tous les matériaux, d'autres caractéristiques garantissent aux clients internationaux de Vauth-Sagel une avance décisive : « Créer des solutions de système de haute qualité pour les espaces de vie. Cette promesse repose sur des impulsions tournées vers l'avenir dans le domaine de la conception de produits et de l'ameublement. Vauth-Sagel, c'est tout cela.

SERVICE DES MÉDIAS DE VAUTH-SAGEL

Angelika Weidling

Mail: media@vauth-sagel.de