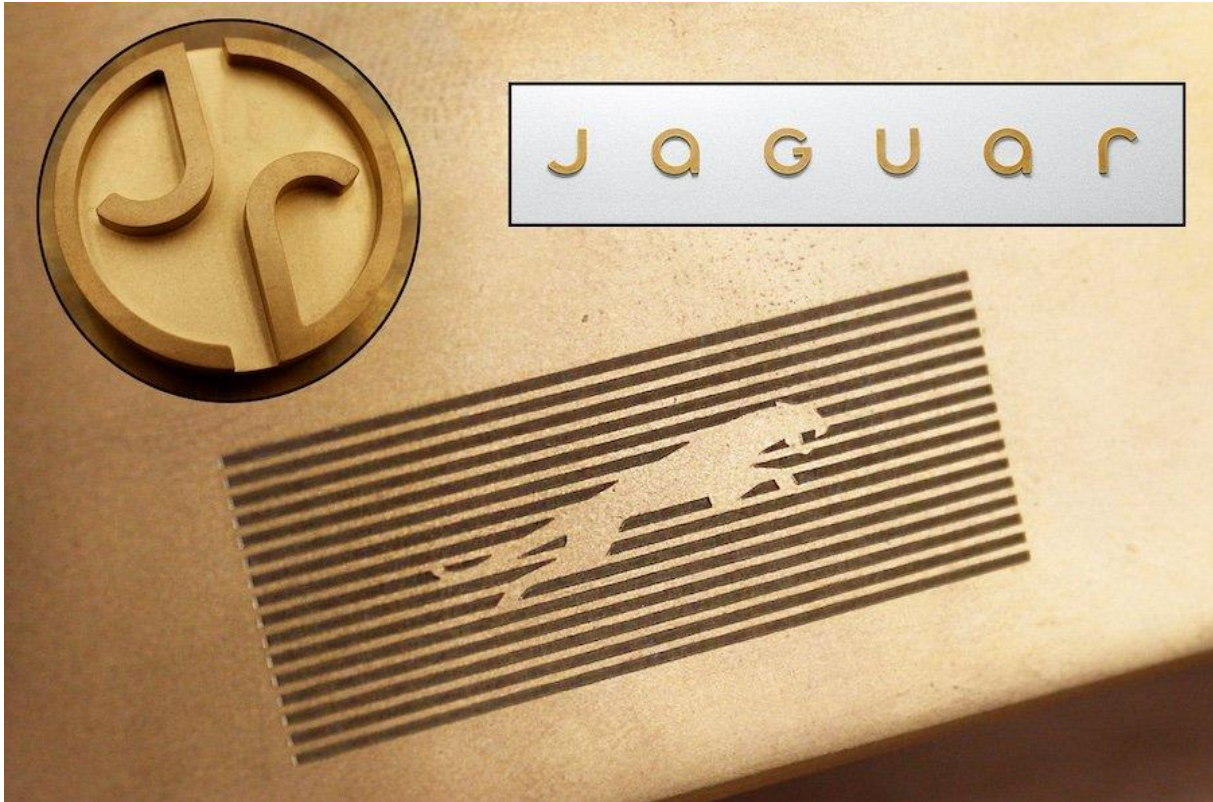


Het legendarische Jaguar is zijn heritage kwijt

Het is een onvoorstelbare vernietiging van een sterke heritage. De huidige Indiase eigenaren van Jaguar hebben zonder enig gevoel of al te veel kennis van branding het zo fraaie en bij iedereen bekend Jaguar beeldmerk overboord gegoooid. Ja, het gaat wat minder met Jaguar, maar dit is zeker niet de oplossing. R.I.P Jaguar?



Het nieuwe beeldmerk; bron Jaguar

Jaguar & nieuwe merkidentiteit.

De koers bij het legendarische merk Jaguar gaat radicaal om en de modellen worden binnenkort enkel nog elektrisch geproduceerd. Overigens had Jaguar in 2019 ook al een poging gedaan om een EV te ontwikkelen, maar dat liep stuk.

Dat lot ondergingen zo'n beetje alle automerken, maar dat was voor de vele bestaande merken geen reden om hun moedermerk drastisch aan te passen. Wel werden nieuwe modelnamen geïntroduceerd.

De nieuwe EV-jaguar is nog onzichtbaar, maar de strategische krijgsheren bij de organisatie vonden het wel al nodig om een nieuwe merkstrategie te introduceren, waarbij het huidige legendarische merklogo compleet verkracht wordt. De jaguar is in het nieuwe beeldmerk met pensioen en het beeld en lettertype zijn compleet anders, alsof het een nieuw merk is.

De organisatie stelt dat bij een nieuw tijdperk een nieuw merkbeeld hoort welke evenals de auto revolutionair mag zijn. Het nieuwe logo straalt een "krachtige viering van het modernisme uit" aldus de organisatie.

De goudkleurige Jaguar-letters, ontworpen met een aangepast lettertype, zijn gespreid en in kleine letters, behalve "G". Oordeel zelf maar. Andere wijzigingen in de branding van Jaguar zijn onder meer een opnieuw ontworpen springkatlogo, de "Leaper" genaamd, en een nieuw monogram waarin de "J" en "R" in de merknaam zijn verwerkt. Het monogram heeft de Jaguar in het logo verdreven.



Oude merkbeeld van Jaguar

Gestalt

Het wereldwijd bekende logo is 102 jaar meegegaan en enkele malen opgefrist. Iedereen kent het beeld van de iconische Jaguar. Het is zelfs zo sterk dat de jaguar zonder het merk erbij direct door de consument gekoppeld wordt aan dat legendarische merk.

Dat noemen we Gestalt en daar liggen decennia aan investeringen aan ten grondslag. Het hebben van Gestalt is goud waard temeer omdat dit het merk enorm helpt met de communicatie en public relations.

Naast een icoon in de automotive markt was Jaguar zeker ook een stijlicoon v.w.b. vormgeving en ook met hun vaak legendarische reclame-uitingen.



Schitterende reactie op rebranding Jaguar / Bron: Autoblog

Een totaal andere auto?

Nu zijn er wel meer automerken die de laatste jaren sleutelen aan hun merkbeeld c.q. logo en dat zijn zeker niet altijd verbeteringen. Een merk moet zeker met zijn tijd meegaan, maar evolutie is in dat soort situaties veel beter dan revolutie zoals hier het geval is.

De merkstrategie is onthuld en begin december wordt de nieuwe EV getoond aan de wereld. Het is te verwachten dat de vormgeving van de nieuwe EV ook vrijwel los komt te staan van de zo bekende vormgeving van de Jaguar auto's.

De heritage van Jaguar is in het archief gestopt en daarmee ook de vaak hele fraaie reclame welke voor het automerk gemaakt werd.

Het iconische merkbeeld zal zeker voortleven bij de talloze verzamelaars van Classic Cars als de Jaguar en daarmee ontstaan er twee Jaguar automerken.

Beste Tata motors uit India, misschien dan toch ook maar meteen een geheel nieuw merk voor de nieuwe EV? Gewoon een all-in rebranding.

Leo van Sister/ de Merkcommissarissen®