

---

## Im neuen Look and Feel: Starfotograf Mayk Azzato verleiht editho die spezielle Note

Veröffentlicht am: 15.12.2014, 8:50

Pressemitteilung von: **punctum pr-agentur GmbH // Ulrike Peter**

Offenbach, 15. Dezember 2014 - Analog zu ihren Premium-Kaffeespezialitäten und -maschinen zeigt sich ab sofort auch die editho AG mit individueller Note. Denn der Lavazza-Generalimporteur präsentiert sich im gänzlich neuen Gewand: So hat der Fotokünstler und Regisseur Mayk Azzato den italienischen modernen Lifestyle in die Corporate Identity des Unternehmens transportiert. Die Bildwelt ist künftig zentraler Bestandteil des Marketingkonzeptes und spiegelt die neue Ausrichtung des seit 2014 agierenden neuen Vorstands Thorsten Flick und Angel Reina wider.

"Black and white" - wie der Kaffee mit seinem Topping präsentiert sich auch editho ab sofort mit dem gewissen Etwas. Innovativ, dynamisch und edel - diese Attribute verkörpert die neue Corporate Identity von editho. Das Unternehmen ist auf die Segmente Office-Coffee-Service, Vending und Wassersysteme spezialisiert. Es hat sich als Generalimporteur von Lavazza-Produkten in Deutschland einen Namen gemacht.

editho legt dabei Wert auf innovative Lösungen - beispielsweise mit einem Company Brand-Konzept, das Kaffeemaschinen in Büros oder am Point of Sale zum Marketingtool macht. Auch im Bereich der professionellen Selbstbedienungsautomaten positioniert sich das Unternehmen mit intelligentem Kapselsystem und Entwicklungen wie einer Automatenfront mit Touchscreen. Das System funktioniert unter anderem mit Bewegungsmeldern und unterstützt mit Marketingaktionen das Bedürfnis der heutigen Zielgruppen nach Interaktion.

### Mayk Azzato setzte editho-Strategie in Szene

So zukunftsorientiert wie die Produkte und Lösungen sind ab sofort auch das Erscheinungsbild und die Botschaft des Unternehmens, die sich auf der Website, in Marketingmaterialien und auf Fahrzeugen finden. In Bilder umgesetzt hat dies der italienische Fotograf und Regisseur Mayk Azzato, der in Frankfurt am Main lebt und bereits Prominente wie Kevin Costner, Seal, Bill Clinton und viele mehr abgelichtet hat. Auch führte er bereits Kampagnen für Unternehmen wie Daimler Benz, BMW, Nintendo, Procter & Gamble sowie zahlreiche weitere durch.

"Bilder sagen mehr als tausend Worte. Mayk Azzato hat unsere Zielsetzung, Premium-Kaffee als Lebensgefühl zu visualisieren, perfekt umgesetzt. Das Ergebnis spricht für sich und ist die ideale Plattform, auf der wir unsere strukturellen Weiterentwicklungen sowie die geplanten Trends wie eine editho-App und weitere Konzepte aufbauen können", erklärt Thorsten Flick, Vorstand der editho AG.

Auch die Website, die für den aktuellen Relaunch nach neuesten technologischen Maßstäben aufgebaut wurde, spiegelt dies wider. Das Responsive Design ermöglicht den Kunden und Interessenten beispielsweise die einfache Bedienung über mobile Endgeräte.

Weitere Informationen unter [www.editho.de](http://www.editho.de)

Zeichenzahl: 2.993

---

## Pressekontakt

Frau Ulrike Peter  
Geschäftsführer

**punctum pr-agentur GmbH**  
Neuer Zollhof 3  
40221 Düsseldorf, Deutschland

Telefon: +49 211 9717977-0  
E-Mail: [up@punctum-pr.de](mailto:up@punctum-pr.de)  
Website: [www.punctum-pr.de](http://www.punctum-pr.de)

### Firmenportrait

Die punctum pr-agentur GmbH hat sich auf die Segmente Marketing und Public Relations spezialisiert. Der Fokus liegt auf einer ganzheitlichen Strategie, Beratung und Durchführung. Dabei kommen crossmediale Instrumentarien wie klassische Print-Maßnahmen, Online-PR gemäß neusten Erkenntnissen und TV- sowie Hörfunk-PR zum Einsatz. Zum Kundenstamm gehören zählen namhafte Unternehmen unterschiedlicher Branchen aus IT, Industrie, Automobil, Dental und Healthcare und viele mehr.

### Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>