



Nota de Prensa

28 de julio de 2022

Relanzamiento de la marca Henkel

Henkel refuerza su posicionamiento estratégico con una nueva identidad de marca corporativa

Düsseldorf - Henkel ha evolucionado y rediseñado estratégicamente su identidad de marca corporativa global, junto con MetaDesign, la consultora de marcas de Publicis Groupe en Alemania. Así, Henkel refuerza el posicionamiento estratégico de su marca corporativa como una compañía pionera y con responsabilidad para el bien de las futuras generaciones, expresado por una imagen nueva y dinámica. Una arquitectura de marca clara y un diseño flexible crean una experiencia de marca moderna y consistente.

"La marca Henkel nos ayuda a expresar quiénes somos, lo que representamos y lo que hacemos a nuestros diferentes públicos objetivos en todo el mundo. Por eso, es importante contar con una marca corporativa fuerte con reconocimiento global, no sólo para nosotros, sino para todos nuestros grupos de interés", dice Rabea Laakmann, Head of Corporate Branding & Communications Strategy en Henkel. "Crea unidad, proporciona una orientación clara, permite la diferenciación y transmite emoción".

Como empresa, Henkel cuenta más de 145 años de historia desarrollando marcas fuertes, y un extenso legado de innovación, sostenibilidad y responsabilidad. El [propósito de la compañía](#), ser "Pioneers at heart for the good of generations" guía la transformación de la organización y se sitúa en el centro del nuevo posicionamiento de la marca. Henkel lidera el camino para reimaginar y mejorar cada día la vida de las personas. Hoy, y para las generaciones futuras.

Un marco claro que crea libertad

La nueva identidad de marca de Henkel se está introduciendo en todo el mundo desde principios de año. Una arquitectura de marca integrada crea un marco claro y vinculante para la interacción entre la marca corporativa de Henkel, las dos futuras unidades de negocio, Adhesive Technologies y Consumer Brands, y sus marcas de producto, así como todas las funciones e iniciativas de Henkel.

El nuevo diseño de Henkel combina la flexibilidad, la diversidad y el dinamismo con la sencillez y la claridad. Se puede adaptar de forma flexible a cualquier aplicación, desde la digital a la impresa y a los eventos, para satisfacer los requisitos de las distintas unidades organizativas y grupos objetivos. La nueva identidad moderniza la marca sin renunciar a lo que la hace reconocible: el icónico logotipo de Henkel, que ha representado la calidad de sus productos y soluciones durante más de 100 años, y los colores básicos rojo y blanco forman la base del diseño. Al



mismo tiempo, las nuevas combinaciones de colores aportan variedad y dinamismo. Un lenguaje visual emocional y progresivo, y una tipografía única y variable (Henkel GT Flexa), hacen que el diseño de la marca sea vivo y expresivo.

Dando vida a la marca

Para comunicar el lanzamiento de la nueva imagen corporativa de Henkel, se ha desarrollado una amplia campaña de comunicación. Es importante hacer que la marca Henkel sea tangible para todos los grupos de interés internos y externos. El nuevo [Henkel Brand Hub](#), al que pueden acceder tanto los más de 52.000 empleados de todo el mundo como los partners externos, explica la estrategia y el diseño de la marca y ofrece ejemplos de buenas prácticas así como plantillas. El asesoramiento individual y las formaciones interactivas sobre la marca complementan la implementación global de la nueva imagen. El nuevo posicionamiento se activa como parte de una [campaña de marca](#) en torno a los temas estratégicos de innovación, digitalización y sostenibilidad.

"La marca Henkel está experimentando una transformación. Tiene una fuerte herencia, propósito y cultura de innovación. Y ahora también una fuerte identidad de marca. El nuevo diseño es fiel a las raíces de la marca y apoya la transformación de la empresa", afirma Diana Brix, directora general de MetaDesign Düsseldorf.

"MetaDesign nos ha apoyado en el desarrollo de la nueva identidad de marca con una visión estratégica, excelencia creativa en el diseño de la marca y una estrecha y muy buena colaboración. Juntos, estamos deseando llevar la icónica marca Henkel hacia el futuro", dice Rabea Laakmann, describiendo la exitosa asociación con MetaDesign.

Sobre Henkel

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio, tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales del mundo. En las divisiones de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2021, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo ajustado de cerca de 2.700 millones de euros. Henkel cuenta con cerca de 52.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos, con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán DAX.

El material fotográfico está disponible en <http://www.henkel.es/prensa-y-comunicacion>

Para más información, visite www.henkel.es o siga las cuentas oficiales de  Twitter e  Instagram: @henkeliberica

Contacto:

bcw | burson cohn & wolfe

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – carla.llado@bcw-global.com

Eva Soler – eva.soler@bcw-global.com