28 Juli 2022

Peluncuran kembali brand Henkel

Henkel kembali memperkuat posisi strategisnya dengan identitas brand yang baru

Jakarta – Henkel secara strategis mengembangkan dan mendesain ulang identitas merek korporat globalnya, bersama dengan MetaDesign, konsultan merek dari Publicis Groupe Jerman. Henkel memperkuat posisi strategis brand korporat sebagai pelopor dengan tanggung jawab untuk kebaikan generasi masa depan yang ditunjukkan dengan penampilan baru yang dinamis. Arsitektur brand yang jelas dan desain yang fleksibel menciptakan pengalaman yang modern dan konsisten.

“Brand Henkel mengekspresikan siapa kami, apa yang kami perjuangkan, dan apa yang kami lakukan untuk berbagai kelompok sasaran di seluruh dunia. Itulah mengapa korporat brand yang kuat dengan pengakuan global adalah penting, tidak hanya bagi kami, tetapi juga bagi semua pemangku kepentingan,” kata Rabea Laakmann, Head of Corporate Branding & Communications Strategy Henkel. “Ini menciptakan kesatuan, memberikan orientasi, memungkinkan diferensiasi dan peyampaian emosi.”

Sebagai sebuah perusahaan, Henkel melihat kembali lebih dari 145 tahun sejarah dengan brand yang kuat dan warisan inovasi, keberlanjutan, dan tanggung jawab yang sudah berlangsung lama. [Tujuan perusahaan](https://www.henkel.com/company/corporate-culture) “Perintis di hati untuk kebaikan generasi” memandu transformasi perusahaan dan berada di jantung positioning brand baru. Henkel memimpin dengan cara membayangkan kembali dalam meningkatkan kehidupan setiap hari. Hari ini dan untuk generasi yang akan datang.

**Kerangka kerja yang jelas menciptakan kebebasan**

Identitas brand baru Henkel diperkenalkan di seluruh dunia sejak awal tahun. Arsitektur brand terintegrasi dalam menciptakan kerangka kerja yang jelas dan mengikat untuk interaksi antara korporat brand Henkel, dua unit bisnis masa depan, Teknologi Perekat dan Konsumen Brand, merek produk mereka, serta semua fungsi dan inisiatif Henkel.

Desain Henkel yang baru menggabungkan fleksibilitas, keragaman, dan dinamisme dengan kesederhanaan dan kejelasan. Ini dapat disesuaikan secara fleksibel untuk aplikasi apa pun, dari digital hingga cetak hingga acara, dalam memenuhi persyaratan: berbagai unit organisasi dan kelompok sasaran. Identitas memodernisasi brand tanpa memberi apa yang membuatnya dapat dikenali: logo Henkel yang ikonik, yang melambangkan kualitas lebih banyak lagi dari 100 tahun, dan warna inti merah dan putih membentuk dasar desain. Pada saat yang sama, kombinasi warna baru menghadirkan variasi dan dinamisme. Bahasa visual yang emosional dan progresif serta jenis huruf yang unik dan bervariasi (Henkel GT Flexa) membuat desain merek menjadi hidup dan ekspresif.

**Menghidupkan brand**

Berbagai aktivitas komunikasi dikembangkan dalam peluncuran brand Henkel yang baru. Penting untuk membuat brand Henkel menjadi nyata bagi semua kelompok sasaran internal dan eksternal. [Pusat Brand Henkel](https://www.henkel-brand-hub.com/) baru untuk lebih dari 52.000 karyawan di seluruh dunia dan mitra eksternal menjelaskan strategi dan desain merek serta menawarkan praktik dan template terbaik. Konsultasi individu dan [pelatihan brand](https://www.henkel.com/company/henkel-brand) interaktif melengkapi implementasi global. Positioning baru ini diaktifkan sebagai bagian dari brand kampanye di sepanjang tema strategis inovasi, digitalisasi, dan keberlanjutan.

“Brand Henkel sedang mengalami transformasi. Ini memiliki warisan yang kuat, tujuan dan budaya inovasi. Dan sekarang juga identitas brand yang kuat. Desain baru ini sesuai dengan akar merek dan mendukung transformasi perusahaan,” kata Diana Brix, Managing Director MetaDesign Düsseldorf.

“MetaDesign telah mendukung kami dalam mengembangkan identitas brand baru dengan visi strategis, keunggulan kreatif dalam brand desain dan kolaborasi yang erat dan sangat baik. Bersama-sama, kami menantikan kepemimpinan brand Henkel yang ikonik lebih jauh ke masa depan,” kata Rabea Laakmann, menggambarkan kemitraan yang sukses dengan MetaDesign.

Tentang Henkel

Henkel beroperasi secara global dengan portofolio yang seimbang dan terdiversifikasi. Perusahaan memegang posisi terdepan dengan tiga unit bisnisnya di bisnis industri dan konsumen berkat merek, inovasi, dan teknologi yang kuat. Henkel Adhesive Technologies adalah pemimpin global di pasar perekat – di semua segmen industri di seluruh dunia. Dalam bisnis Laundry & Home Care dan Beauty Care, Henkel memegang posisi terdepan di banyak pasar dan kategori di seluruh dunia. Didirikan pada tahun 1876, Henkel melihat kembali kesuksesan selama lebih dari 140 tahun. Pada tahun 2021, Henkel melaporkan penjualan lebih dari 20 miliar euro dan laba operasi yang disesuaikan sekitar 2,7 miliar euro. Perusahaan ini mempekerjakan lebih dari 52.000 orang di seluruh dunia – tim yang bersemangat dan sangat beragam, disatukan oleh budaya perusahaan yang kuat, tujuan yang sama, dan nilai-nilai bersama. Sebagai pemimpin yang diakui dalam keberlanjutan, Henkel memegang posisi teratas di banyak indeks dan peringkat internasional. Saham preferen Henkel terdaftar di indeks saham Jerman DAX. Untuk informasi lebih lanjut, silahkan kunjungi [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Bahan foto tersedia di [**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Kontak**

**Hidemi Onoo**

Telp: +81 3-5783-1219

Email: [hidemi.onoo@henkel.com](mailto:hidemi.onoo@henkel.com)