24 sierpnia 2022 r.

Relaunch marki Henkel

**Henkel wzmacnia swoją strategiczną pozycję dzięki nowej wizualnej tożsamości marki korporacyjnej**

Duesseldorf – Firma Henkel, we współpracy z MetaDesign, firmą doradczą Publicis Groupe Germany, przedefiniowała globalną wizualną tożsamość swojej marki korporacyjnej. Nowy, dynamiczny wygląd wizualnej identyfikacji odzwierciedla strategiczne pozycjonowanie marki korporacyjnej Henkla jako pioniera odpowiedzialnego za dobro przyszłych pokoleń. Przejrzysta architektura marki i elastyczny projekt dają nowoczesne i spójne wrażenie w odbiorze nowego konceptu marki.

*Marka Henkel wyraża to, kim jesteśmy, jakie wartości reprezentujemy i co robimy dla różnych grup odbiorców naszych działań na całym świecie. Dlatego silna marka korporacyjna o globalnej rozpoznawalności jest ważna nie tylko dla nas, ale dla wszystkich naszych interesariuszy* – mówi Rabea Laakmann, Head of Corporate Branding & Communications Strategy w Henklu. – *Tworzy ona jedność, zapewnia orientację, umożliwia różnicowanie i niesie emocje –* dodaje.

Henkel jest firmą o ponad 145-letniej historii, z silnymi markami w portfolio oraz wieloletnim dziedzictwem w obszarze innowacji, zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej. Motto firmy „Pioneers at heart for the good of generations” przyświeca jej transformacji i leży u podstaw nowego pozycjonowania marki. W swoim działaniu Henkel jest pionierem tworząc codziennie nową, lepszą jakość życia – zarówno dla obecnych, jak i przyszłych pokoleń.

**Przejrzyste ramy, które tworzą wolność**

Pod marką korporacyjną o nowej wizualnej tożsamości Henkel funkcjonuje na całym świecie od początku roku. Zintegrowana architektura marki tworzy przejrzyste, wiążące ramy dla interakcji w złożonej rzeczywistości Henkla – pomiędzy marką korporacyjną, dwiema jednostkami biznesowymi: Adhesive Technologies i Consumer Brands, ich markami produktowymi oraz wszystkimi działami funkcyjnymi i inicjatywami firmy.

Nowy projekt korporacyjnej identyfikacji Henkla łączy elastyczność, różnorodność i dynamizm z prostotą i przejrzystością. Może być swobodnie dostosowywany do każdego użycia, od druku cyfrowego po eventy tak, aby spełnić wymagania różnych jednostek organizacyjnych i grup docelowych. Nowa tożsamość unowocześnia markę, zachowując jednocześnie jej rozpoznawalność: podstawę projektu stanowią ikoniczne logo Henkla, które od ponad 100 lat jest synonimem jakości, oraz bazowe kolory: czerwony i biały. Jednocześnie nowe kombinacje barw wprowadzają różnorodność i dynamizm. Emocjonalny i nowatorski język wizualny oraz unikalny, zmienny krój pisma (Henkel GT Flexa) sprawiają, że projekt marki jest żywy i ekspresyjny.

**Wprowadzanie marki w życie**

Wprowadzenie nowej marki Henkel wiąże się z szeroko zakrojonymi działaniami komunikacyjnymi. Ważne jest, aby wszyscy wewnętrzni i zewnętrzni interesariusze firmy mogli namacalnie doświadczyć tego, czym jest nowa marka korporacyjna Henkla. Na stronie www [hubu informacyjnego](http://www.henkel-brand-hub.com) ponad 52 000 pracowników na całym świecie oraz partnerów zewnętrznych może znaleźć strategię i projekt marki oraz najlepsze przykłady jego użycia, a także szablony. Uzupełnieniem globalnego wdrożenia są indywidualne konsultacje i interaktywne szkolenia dotyczące marki. Nowe pozycjonowanie stanowi element [kampanii marki](https://www.henkel.com/company/henkel-brand) razem ze strategicznymi tematami innowacji, cyfryzacji i zrównoważonego rozwoju.

*Marka korporacyjna Henkel jest w trakcie transformacji. Firma ma długą tradycję, jasno określone cele i charakteryzuje ją kultura innowacji. Teraz ma także silną tożsamość wizualną. Nowy design jest wierny korzeniom marki i wspiera transformację firmy –* mówi Diana Brix, dyrektor zarządzająca MetaDesign Düsseldorf.

*MetaDesign wspierała nas w rozwoju nowej tożsamości wizualnej marki. To niełatwe przedsięwzięcie zakończyło się sukcesem dzięki ich strategicznej wizji, kreatywności w projektowaniu oraz bliskiej i owocnej współpracy. Z pewnością kultowa marka, jaką jest Henkel, odniesie w przyszłości wiele sukcesów w swojej nowej odsłonie wizualnej –* podkreśla Rabea Laakmann, opisując udane partnerstwo z MetaDesign.

\*\*\*

**O firmie Henkel**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2021 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld. Firma zatrudnia na całym świecie ponad 53 tysiące pracowników, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół, o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i dążeniu do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com/) oraz [www.henkel.pl](file:///\\demon\Corporate&amp;Finance\Klienci\Henkel\RELACJE%20Z%20MEDIAMI\Informacje%20prasowe\2020\IP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nabór%20do%20programu\www.henkel.pl)

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [www.henkel.com](http://www.henkel.com/)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Magdalena Bryksa-Szymańczak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 24 28 642

[dorota.strosznajder@henkel.com](mailto:dorota.strosznajder@henkel.com) [mszymanczak@solskipr.pl](mailto:mszymanczak@solskipr.pl)