

Presseinformation

28. Juli 2022

Relaunch der Henkel-Marke

Henkel stärkt strategische Positionierung mit neuem Auftritt der Unternehmensmarke

Düsseldorf – Henkel hat gemeinsam mit MetaDesign, der Markenberatung der Publicis Groupe Germany, seinen internationalen Markenauftritt strategisch weiterentwickelt und neugestaltet. Henkel stärkt die strategische Positionierung der Unternehmensmarke Henkel als Pionier mit Verantwortung für das Wohl künftiger Generationen mit einem dynamischen, neuen Auftritt. Eine klare Markenarchitektur und ein flexibles Design schaffen ein modernes und konsistentes Markenerlebnis.

„Die Henkel-Marke macht für unsere unterschiedlichen Zielgruppen weltweit sichtbar, wer wir sind, wofür wir stehen und was wir tun. Daher ist eine starke Unternehmensmarke mit weltweitem Wiedererkennungswert wichtig – nicht nur für uns selbst, sondern für alle unsere Stakeholder“, sagt Rabea Laakmann, Head of Corporate Branding & Communications Strategy bei Henkel. „Sie schafft Verbindung, bietet Orientierung, ermöglicht Differenzierung und vermittelt Emotion.“

Als Unternehmen blickt Henkel auf eine über 145-jährige Geschichte mit starken Marken und einer langen Tradition für Innovation, Nachhaltigkeit und Verantwortung zurück. Der [Unternehmenszweck \(Purpose\)](#) „Pioneers at heart for the good of generations“ leitet die Transformation des Unternehmens und bildet das Herzstück der neuen Markenpositionierung. Henkel verfolgt den Anspruch, das Leben immer neu zu gestalten und zu bereichern. Jeden Tag – heute und für kommende Generationen.

Ein klarer Rahmen, der Freiheit schafft

Der neue Henkel-Markenauftritt wird seit Jahresbeginn weltweit schrittweise eingeführt. Eine integrierte Markenarchitektur schafft dabei einen klaren, verbindlichen Rahmen für das Zusammenwirken der Unternehmensmarke Henkel, den beiden künftigen

Unternehmensbereichen, Adhesive Technologies und Consumer Brands, und deren Produktmarken sowie allen Konzernfunktionen und -initiativen.

Das neue Henkel-Design verbindet Flexibilität, Vielfalt und Dynamik mit Einfachheit und Klarheit. Es lässt sich für jeden Anwendungszweck – von digital über Print bis zu Events – flexibel anpassen, um den Anforderungen der verschiedenen Unternehmensbereiche und Zielgruppen gerecht zu werden. Der Auftritt modernisiert die Marke – ohne dabei aufzugeben, was sie wiedererkennbar macht: Das traditionsreiche Henkel-Logo, das seit mehr als 100 Jahren für die Qualität von Henkel steht, und die Kernfarben Rot und Weiß bilden das Fundament des Designs. Gleichzeitig kommen mit neuen Farbkombinationen Vielfalt und Dynamik ins Spiel. Eine emotionale und progressive Bildsprache sowie eine eigenständige, variable Schrift (Henkel GT Flexa) machen den Markenauftritt lebendig und ausdrucksstark.

Die Marke erlebbar machen

Zum Launch der neuen Henkel-Marke wurde ein breites Spektrum an Kommunikationsaktivitäten entwickelt. Wichtig ist es, die Henkel-Marke für alle internen und externen Zielgruppen erlebbar zu machen. Der neue [Henkel Brand Hub](#) für die mehr als 52.000 Mitarbeiter:innen weltweit und externe Partner erklärt die Markenstrategie und das Design und bietet Best Practices und Vorlagen. Individuelle Beratung und interaktive Markentrainings ergänzen die weltweite Implementierung. Aktiviert wird die neue Positionierung im Rahmen einer [Markenkampagne](#) entlang der strategischen Themen Innovation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

„Die Marke Henkel befindet sich im Wandel. Sie hat eine starke Heritage, einen starken Purpose, eine starke Innovationskultur und nun auch einen starken Markenauftritt. Das neue Design ist den Wurzeln der Marke treu und unterstützt die Transformation des Unternehmens“, sagt MetaDesigns Düsseldorfer Managing Director Diana Brix.

„MetaDesign hat uns mit strategischem Weitblick, kreativer Exzellenz im Markendesign und in enger Zusammenarbeit, bei der die Chemie einfach stimmt, bei der Entwicklung des neuen Markenauftritts begleitet. Wir freuen uns gemeinsam, die traditionsreiche Henkel-Marke weiter in die Zukunft zu führen“, beschreibt Rabea Laakmann die erfolgreiche Partnerschaft mit MetaDesign.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,7 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 52.000 Mitarbeiter:innen, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Henkel

Kontakt Hanna Philipps
Telefon +49 211 797-3626
E-Mail hanna.philipps@henkel.com

MetaDesign

Kontakt Adrian Brill
Telefon +49 30 590054-216
E-Mail adrian.brill@metadesign.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA