

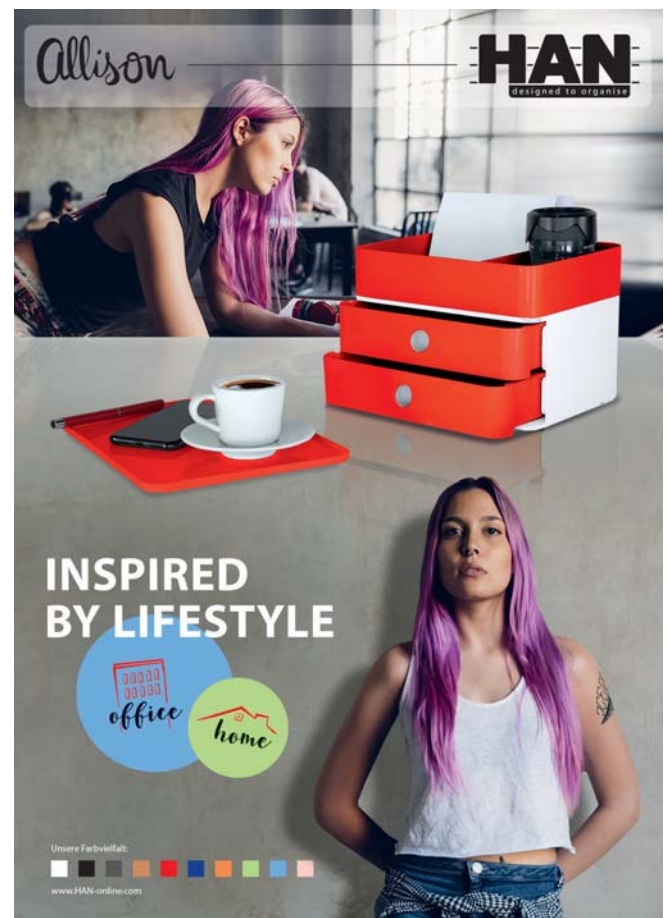
Design and function follow emotion - neue kommunikative Wege bei HAN

Das letzte Jahr war aus bekannten Gründen für alle sicherlich kein einfaches. Das Herforder Familienunternehmen HAN nutzte diese Pandemie-Zeit, um sich grundlegend neu den zukünftigen kommunikativen Herausforderungen des Marktes zu stellen und diese aktiv zu gestalten.

„Sowohl in der Unternehmensphilosophie als auch von der ganzheitlichen Kommunikation, werden wir das Thema **Mensch & Nachhaltigkeit** noch mehr als bisher in den Mittelpunkt stellen“, so Jens Magdanz, Vertriebs- und Marketingleiter bei HAN. „Unser vor 10 Jahren entwickelter Slogan „designed to organise“ zahlte in Verbindung mit einer klaren Designsprache bis dato schwerpunktmäßig auf die ästhetischen und funktionalen Produktvorteile ein. Design, Qualität und Funktion standen im Vordergrund unseres häufig prämierten Markenauftritts.“

Im Wandel des Zeitgeists richten wir nun diesen Slogan weiter in Richtung „designed for people“ aus, denn wir entwickeln und produzieren Premiumprodukte, um die Menschen in ihrem individuellen Lebens-, Arbeits- und Lernumfeld verantwortungsbewusst und nachhaltig zu unterstützen. Ihnen im Job, im Homeoffice oder in der Bildung mit smarten Organisationslösungen zur Seite zu stehen. Der hohe Design- und Qualitätsanspruch wird zukünftig emotionaler und nahbarer gestaltet, damit sich die jeweiligen Zielgruppen stärker mit unseren Produkten identifizieren.

Wir sind überzeugt, mit diesem Neuauftritt mehr Aufmerksamkeit bei den Kunden*innen zu erzielen, was sich für unsere Handelspartner in Form von steigenden Kaufimpulsen und Umsätzen bezahlt machen wird.“





Selbstbewusst und wertig

Alle Bereiche von den Produktverpackungen bis hin zur gesamten Print- und Online-Kommunikation werden aktuell einem konsequenten Marken-Relaunch unterzogen.

Ab Sommer dieses Jahres sorgen selbstbewusste, moderne **Menschen** mit starker Ausstrahlung für eine lebendigere Atmosphäre und unterstreichen dabei den wertigen Charakter der Marke HAN. Verantwortlich zeichnet die Essener Kreativagentur CLAN, die seit über 10 Jahren HAN betreut.

Mit dieser Neu-Ausrichtung knüpft HAN auch zusätzlich an die bereits vor über 15 Jahren geleistete Pionierarbeit an, mit nachhaltigen Produktserien einen wesentlichen Beitrag für die Menschen und Zukunft der Gesellschaft zu leisten. So waren es die Herforder, die bereits 2006 mit der KARMA-Serie auf hauptsächlich post-consumer Recycling-Kunststoffe gesetzt haben und im letzten Jahr mit der jungen, frischen Recyclingserie RE-LOOP ein weiteres umweltorientiertes Ausrufezeichen setzen konnten.

www.HAN-online.com

