

Pressmeddelande

2017-03-22

Ny varumärkesidentitet för Heimstaden

Heimstaden har vuxit och utvecklats kraftigt under de senaste åren. Från att fokusera på förvärv och förvaltning på några få orter till att bli ett av de största bostadsfastighetsbolagen i Sverige med fastigheter i över 20 städer. Därtill har Heimstaden etablerat sig på den danska marknaden samt förstärkt och etablerat nya affärsområden inom förädling och nyproduktion av hyres- och bostadsrätter. Denna förändring av företaget vill Heimstaden spegla i en ny varumärkesidentitet. Den rödbruna logotypen ersätts av en energisk orange logotyp och ett grafiskt mönster som symboliserar nytänkande och omtanke.

Förändringsprocessen har pågått i nära ett år där beslutet om att använda en stark enhetlig grafisk identitet för samtliga bolag i koncernen mognat fram. Den visuella identiteten blir bärare av både ny vision och varumärkeslöfte som tillsammans med det värderingsstyrda arbetssättet får ett ännu tydligare kundfokus.

- Våra lägenheter är världens mittpunkt för dom som bor där och genom att förgylla och förenkla livet genom omtänksamma boenden påverkar vi platsen där de lever sina liv. Därför lanserar vi en ny varumärkesidentitet som bär ett bredare och modernare budskap och som gör kommunikationen mer tydlig och effektiv i vår kontakt med kunder såväl som leverantörer och andra intressenter, säger Patrik Hall, vd för Heimstaden.

Den grafiska identiteten består av tre delar; logotyp, slogan samt ett grafiskt mönster:

- Logotyp är ändrat till en ren form i en pigg och energisk orange färg.
- Slogan ”Tid för dig” bygger på tre dimensioner; den första handlar om att lyfta hyresrätten som boendeform. Genom att bo i en hyresrätt behöver man inte lägga tid på underhåll som gräsklippning eller droppande kranar. Det sköter Heimstaden medan hyresgästen får mer tid över för aktiviteter som bidrar till en ökad livskvalité. Vidare ska varje möte med kunder och samarbetspartners kännetecknas och genomsyras av våra kärnvärden; nytänkande,

affärsmässighet och omtanke. Den sista dimensionen riktar sig inåt i organisationen där Heimstaden ska kännetecknas av att vara ett värderingsstyrt företag där medarbetare kan utvecklas och växa som individer.

- Det grafiska mönstret visualiserar hus där man mellan husen kan skönja bokstaven H vilket symboliserar att Heimstaden är kittet för ett hållbart och långsiktigt arbete.
- Grundtanken är att Heimstadens framgång står och faller med viljan och förmågan till nytänkande med omtanke, där vi aktivt ska bidra med lösningar på kundernas utmaningar, säger Patrik Hall. Men ett gott samspel är lika viktigt internt som externt. Lyhörddhet, flexibilitet och glädje är en utmärkt grogrund för goda relationer och trygghet – och därmed förmågan att skapa värde för våra kunder och vår omvärld, avslutar Patrik Hall.

Nu lanseras den nya grafiska identiteten och under 2017 kommer Heimstaden att arbeta med att stärka varumärket på olika sätt. Arbetet med att byta ut logotyp på fastigheter och övrigt material kommer att pågå fram till sommaren, samt lanseras en ny hemsida inom kort.

För ytterligare information, kontakta:

Patrik Hall, vd	0705 - 85 99 56	patrik.hall@heimstaden.com
Karmen Mandic, kommunikationschef	0761 - 44 20 70	karmen.mandic@heimstaden.com

Heimstaden är ett av Nordens ledande bostadsfastighetsbolag. Koncernen äger, förädlar, utvecklar och förvaltar bostäder i Sverige och Danmark. I Sverige är verksamheten och fastighetsportföljen uppdelad i fyra geografiska områden; Norr, Mitt, Sydöst och Skåne, med en stark lokal närvaro. Heimstaden har ca 19 800 lägenheter och ett fastighetsvärde om ca 26.3 mdkr värde. Heimstadens preferensaktie är listad på Nasdaq First North med kortnamnet HEIM PREF. Certifierad Adviser är Erik Penser Bank, 08-463 83 00. Huvudkontoret är placerat i Malmö. För mer information se www.heimstaden.com
