

# Neues Erscheinungsbild für Halfkann und Kirchner

## Ausgangssituation

Halfkann + Kirchner ist das deutschlandweit älteste Ingenieur- und Sachverständigenunternehmen mit der Fachrichtung Brandschutz. Pünktlich zum 25-jährigen Firmenjubiläum stellt der Marktführer sein gesamtes Erscheinungsbild auf den Prüfstand. Eines wird sofort deutlich: Die Außendarstellung von Halfkann + Kirchner wird der Marktstellung nicht mehr gerecht. Das Unternehmen sollte sich künftig stärker von den Mitbewerbern abheben. Hierzu muss das Imageprofil geschärft und als ganzheitliches Konzept präsentiert werden. Das Ziel: ein nachhaltiger Marktauftritt, der die herausragende Kompetenz von Halfkann + Kirchner unterstreicht.

## Lösungsansatz

Um diesen Veränderungsprozess zu initiieren, entscheidet sich Halfkann + Kirchner für die ARTENREICH Werbeagentur GmbH aus Köln. Diese führt zunächst eine Erscheinungs- und Werbemittelanalyse durch. Das Fazit: Sowohl das Logo als auch das gesamte Corporate Design wirken angestaubt und vermitteln keinerlei Innovationskraft. Ein Widerspruch zur realen Praxis, denn Halfkann + Kirchner gehört zu den innovativsten Unternehmen der Branche. Im Bereich Fire Engineering sorgte das Unternehmen erst kürzlich für positive Schlagzeilen, indem es eine einzigartige Prüfapparatur zur realitätsnahen Durchführung kalibrierter Rauchversuche entwickelte und patentieren ließ. Der „Smoke 3“ setzt völlig neue Standards im Bereich des modernen Fire Engineerings. Das Logo von Halfkann + Kirchner hingegen differenziert sich nicht von den anderen.

ARTENREICH erkennt: Die Brandschutzexperten sind der absolute Know-how-Träger am Markt. Demnach sollte die Positionierung genau dies vermitteln – Halfkann + Kirchner als die Premiummarke für Brandschutz.

Stufe 1 des Lösungspakets beinhaltet die Überarbeitung des Logos, des Slogans und des Corporate Designs:

- ◀ **Der neue Slogan:** Halfkann + Kirchner – die Marke im Brandschutz. Mit dieser deutlichen Aussage schafft das Unternehmen Tatsachen und verkauft sich als das, was es ist. Gleichzeitig wird durch den Markenbegriff der Premium-Anspruch unterstrichen.
- ◀ **Der umformulierte Markenname im Logo:** Die Namen HALFKANN und KIRCHNER werden in Versalien geschrieben. Das vermittelt Größe, Kraft und Kompetenz. Zudem fällt das unzeitgemäße „+“ weg. Zur optischen Trennung werden die beiden Namen nun untereinander gesetzt. So mutet das Gesamtbild viel kompakter an und das Logo ist in der Praxis deutlich besser einsetzbar.
- ◀ **Die neue Wort-Bild-Marke:** Ein stark stilisiertes Symbol bildet das neue Markenzeichen von Halfkann + Kirchner. Es sitzt als hochgestelltes Signet am gelernten Platz des Registered-Trade-Mark-Symbols und verweist somit inhaltlich auf den Slogan. Das Signet zeigt ein Kleiner-als-Zeichen, das für die Brandschutzprofis selbst steht. Es symbolisiert das Eindämmen der Gefahr durch einen Brand. Dieser wiederum wird durch eine zum Quadrat stilisierte Flamme dargestellt.



## Neues Erscheinungsbild für Halfkann und Kirchner

◀ **Die neue Farbwelt:** Die Farbkombination aus den Tönen Warm-Grey und tiefem Weinrot wirkt elegant und hochwertig – absolut premium. Der Rot-Ton hebt sich deutlich von den knalligen Feuerwehrtönen der Mitbewerber ab. Der eher ungewöhnliche warme Grauton wirkt zeitgemäß und edel. Einzigartig und damit unverwechselbar auf dem deutschen Brandschutzmarkt.

Auf der Grundlage dieses neuen Designs überarbeitet die Werbeagentur ARTENREICH anschließend die gesamte Geschäftsausstattung. Vom Stempel über die Visitenkarte bis hin zum Briefbogen – das neue Markensymbol wird konsequent intelligent und wertig inszeniert.

Im nächsten Schritt nehmen die Kölner Kreativen den Webauftritt von Halfkann + Kirchner in Angriff. Mit dem neuen Corporate Design als Basis liegt der Fokus im Web vor allem auf den Referenzen, die die Kompetenz des Unternehmens unterstreichen. Dies wird zusätzlich durch anschaulich aufbereitete Case Studies sowie positive Statements namhafter Kunden Halfkann + Kirchners verstärkt. Der Webauftritt besticht durch eine klare, userfreundliche Navigation und besitzt eine rundum kompetente Aura.

Eine hochwertig produzierte Prospektmappe verschafft Interessenten einen schnellen Überblick über die Kernkompetenzen. Ideal zur Neukundengewinnung.

### Ergebnis

Das Resultat der intensiven Kreativarbeit der Werbeagentur ARTENREICH ist ein ganzheitlicher, homogener Gesamtauftritt von Halfkann + Kirchner. Das neue Erscheinungsbild ist professionell, eingängig und zeitgemäß. Die Selbstdarstellung wird nun den erstklassigen Leistungen und Mitarbeitern von Halfkann + Kirchner gerecht. Sowohl im Unternehmen selbst als auch nach außen wird das Selbstbewusstsein gefördert und unterstrichen.

Die Entwicklung des neuen Auftritts ist das Ergebnis eines intensiven Prozesses zwischen Halfkann + Kirchner und ARTENREICH. Eine sehr fruchtbare Zusammenarbeit, die nicht nur zielorientiert war, sondern darüber hinaus auch jede Menge Spaß gemacht hat.

