



Mittelständler positioniert sich für die Zukunft

Hailo in Aufbruchsstimmung

Mit Kundenorientierung und klarer Markenpositionierung weiter auf der Erfolgsspur: Hailo, der europäische Marktführer bei Leitern, hat sich selbst und seine Marke neu gedacht und positioniert. Der Relaunch bedeutet für das über 70-jährige Traditionsunternehmen die Marschroute für die kommenden Jahre: immer weiter hoch hinaus.

Haiger 24.06.2019 – Hailo, Erfinder der Aluminium-Haushaltsleiter, ist in den Geschäftsbereichen Home & Business, Einbautechnik und Professional maßgebend in seinem Segment. Innovationen und clevere Produktlösungen sind Programm bei Hailo – seit über 70 Jahren. Das Familienunternehmen entwickelt sich immer weiter und ist dabei seiner Maxime treu geblieben: Der hundertprozentigen Orientierung an den Bedürfnissen und Wünschen der Shopper und Handelspartner. Ein Erfolgsfaktor, der sich auch im neuen Markenauftritt 2019 des führenden Anbieters von Leitern und Mülleimern widerspiegelt.

Die komfortable Anwendung der Produkte ist der Markenkern von Hailo, mit dazu gehörigen Markenwerten: Sicherheit, hohe Qualität und exzellenter Service. Alle Maßnahmen, die Hailo einleitet, müssen den Markenkern „Komfort“ und die drei Werte widerspiegeln. Alles muss sich daran messen lassen: Von der Produktentwicklung über die Marketingkommunikation bis hin zum Vertrieb an Handelskunden und Endverbraucher, ist das Brandbook ausschlaggebend für die Erlebbarkeit der Marke Hailo.

Etwa 80 Prozent der Produkte werden im hessischen Haiger hergestellt, umweltfreundlich und unter Einsatz modernster Fertigungstechnologien. „Made in Germany“ ist ein Gütesiegel, das im globalen Wettbewerb seit Jahren besteht und aktuell wieder an Bedeutung gewinnt.

Zukunft im Blick

Der Konkurrenz immer einen Schritt voraus, punktete der Mittelständler jahrzehntelang mit zahllosen innovativen, hochwertigen und komfortablen Produktlösungen. Sich schnell verändernde Märkte, Digitalisierung und Individualisierung sind Anforderungen, auf die eine Marke Antwort geben muss. Deshalb stellt sich Hailo konsequent neu auf und beeindruckt mit einem kompletten Marken-Relaunch. Basis für die Neupositionierung war eine empirische Marktstudie

1/5

2018*, die erste in der Firmengeschichte. Die Marke ist nun zentral auf den Konsumenten und den Shopper ausgerichtet.

Brand Book und Corporate Design

In einem umfangreichen Prozess wurde die Marke 2018/19 von Grund auf neu gedacht und positioniert. Neben einer neuen Positionierung mit klaren Markenwerten, hat der Hersteller von Leitern und Mülleimern auch Corporate Design, Bildsprache, Verpackung – inklusive Offline- und Online-Shopper-Führungselementen - von Grund auf neu gedacht. Dazu gehört auch eine klare Sortimentsausrichtung. Zentrales Element hierfür ist das umfassende Brand-CD-Book, das im Zuge des Relaunches entwickelt wurde. Es definiert Leitplanken für die Marke Hailo. Das Brand-CD-Book regelt das Erscheinungsbild von Logo über Bildeinsatz bis hin zu Point of Sale und Online-Vorgaben. Vor allem aber legt es in der Zusammenarbeit mit Partnern und Dienstleistern alle shopper-relevanten Werte und Kriterien fest, die für Hailo in der Vermarktung wichtig sind. So ist unmissverständlich definiert, wofür die Marke Hailo steht.

Neue Sortimentsausrichtung

Die klar strukturierte, zielgerichtete Sortimentsarchitektur erleichtert dem Shopper die Auswahl. Durch die Einteilung in die Qualitätsstufen „Good“, „Better“ und „Best“ steht für jeden Anspruch das passende Produkt zur Verfügung. „Good“ erfüllt alle grundlegenden Erwartungen bei gleichzeitig hervorragendem Preis-Leistungsverhältnis, „Better“ bietet einen zusätzlichen kundenorientierten Mehrwert und „Best“ steht für überragende Produkteigenschaften und ein Maximum an Mehrwert. Durch diese Umstellung wird die Marke weiter gestärkt, die Produktlinien bieten Umsatzpotenzial auf hohem Niveau. Um das Marken-Sortiment zu schützen, bietet Hailo allen Vertriebskanälen Aktionsware über die Zweitmarke „Selekt by Hailo“ an. Daniela Grumbach, Director Marketing Home & Business, betont: „Hailo hat im Vergleich zu den Wettbewerbern die höchste Markenstärke und eine Markenbekanntheit bei Leitern von 81 Prozent.* Die Käuferwägungsrate beträgt 98 Prozent bei Leitern. Das heißt, 98 Prozent der Personen, die erwägen eine Leiter zu kaufen, präferieren Hailo*. Darauf sind wir sehr stolz.“

*Quelle: Marktforschung vom August 2018 durchgeführt von Logibrand GmbH

Verpackungs- und POS-Design

Laut einer zusätzlich initiierten Hailo-Marktforschung zum Verpackungsdesign**, überzeugen neben dem hohen Wiedererkennungswert auch Markenfit und Informationsgehalt des neuen Packagings. Vertrauen schafft zudem die prominente Verwendung von Begriffen wie „Garantie“ und „Made in Germany“, die einen nachweislich positiven Effekt auf das Kaufverhalten der Konsumenten haben.

Die Studie belegt, dass die neue Verpackung eine deutlich höhere Kaufbereitschaft signalisiert. Für die abverkaufsstärke Inszenierung am POS sorgt ein wertiges, modular aufgebautes Ladenbausystem, inklusive elektronischem Bilderrahmen mit selbsterklärenden Produktfilmen. Die interaktive Shopper-Führung erfolgt über Icons mit QR-Codes, die auf die Hailo-Website bzw. auf die Homepage der Handelspartner weiterleiten.

Das Leben erleichtern

Das neue Erscheinungsbild wirkt online und offline hochwertig und lebensnah. Der zeitgemäße Look entspricht – wie die emotionale Tonalität – den Lebenswelten der Konsumenten. Im Mittelpunkt steht die einzigartige Qualität des Portfolios: „Wir transportieren mit dem aktuellen Design und der besonderen Bildsprache die relevanten Markenwerte“, fasst Daniela Grumbach zusammen, die für den Marken-Relaunch verantwortlich ist.

Für diese Markenstrategie und das Brand-CD-Book erhielt Hailo den German Brand Award 2018 und 2019 und wurde gerade erneut zur Marke des Jahrhunderts gekürt. Hailo-Produkte erhielten im letzten wie auch in diesem Jahr erneut zahlreiche Design- und Innovationsauszeichnungen, darunter den „Red Dot Design Award, den IF Design Award, XPlus Award und den German Innovation Award“.

Das Hailo-Marketing-Team um Director Daniela Grumbach hat sich für diese Aufgabe externe Beratung von Spezialisten ins Haus geholt, die alle gemeinsam die Marke entwickeln und künftig voranbringen. Für die Marktforschung zuständig ist Logibrand aus St.Gallen, Schweiz. Den neuen Look der Marke und das aktuelle Brand-CD-Book hat die Agentur BRAINARTIST aus Eltville-Erbach entwickelt. Die CGI-Produktion der Visuals übernimmt die CGI Digital Fotogroup aus Sinn-Fleisbach. Für die Kommunikation zum überarbeiteten Markenauftritt sowie für die digitale Kommunikation ist FAKTOR 3 aus Hamburg zuständig.

*Quelle: Marktforschung vom August 2018 durchgeführt von Logibrand GmbH

**Quelle: Harris Interactive Dezember 2018

Bildmaterial



BU: Daniela Grumbach (Director Marketing Home & Business) siegreich bei der diesjährigen German Brand Award Verleihung.



BU: Die erfolgreiche Neu-positionierung der Marke brachte Hailo zahlreiche renommierte Design- und Innovationspreise ein.



BU: Hailo ist die Nummer 1 beim Leiternkauf in Deutschland mit einer Markenbekanntheit von 81 Prozent.



BU: Das neue, einheitliche Corporate Design der Marke Hailo überzeugt mit einer klaren Linie.



BU: Das neue Verpackungsdesign von Hailo ist emotional und modern in der Designsprache.



BU: Die neue Markenbibel: Das 103 Seiten starke Brand-CD-Book von Hailo.



BU: Der moderne POS von Hailo schlägt eine Brücke zum Online Handel und schafft eine optimale Orientierung für den Endkunden.



Über Hailo

Hailo ist ein international führender Hersteller von Leitern und Mülleimern für Haushalt und Gewerbe. Bei den Steh- und Trittleitern ist das 1947 gegründete Unternehmen Marktführer in Europa. Als Erfinder der Aluminium-Haushaltsleiter genießt Hailo mit den Geschäftsbereichen Home & Business, Einbautechnik und Professional eine Markenbekanntheit von 81 %* im Leitermarkt. Das Markenzeichen, der rote Hailo-Punkt, steht für komfortable Handhabung, Sicherheit, Qualität und exzellenten Service. Bereits 2004 wurde das Familienunternehmen in die Enzyklopädie „Deutsche Standards – Marken des Jahrhunderts“ aufgenommen. Über 400 Beschäftigte fertigen ca. 80 Prozent der Produkte in der deutschen Firmenzentrale im hessischen Haiger sowie im französischen Werk in La Chapelle. Die Premium-Produkte von Hailo „Made in Germany“ sind in über 60 Ländern vertreten.

*Quelle: Marktforschung vom 16.08.2018 durchgeführt von Logibrand GmbH

Hailo-Werk

Daniela Grumbach

Marketingleitung Home and Business
Daimlerstraße 8
35708 Haiger

Tel.: +49 (0) 2773/82 - 1230

E-Mail: dgrumbach@hailo.de

Pressekontakt

Faktor 3 AG

Maria Smorguner
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg

Tel.: +49 (0) 40/679446 - 6118

E-Mail: Hailo@faktor3.de

Hailo-Werk

Marketing home & business
Daniela Grumbach
Daimlerstr. 8
D-35708 Haiger
Tel. +49 (0) 2773-821230
dgrumbach@hailo.de
www.hailo-home.de

PR-Kontakt

FAKTOR 3 AG
Maria Smorguner
Kattunbleiche 35
D-22041 Hamburg
Tel. +49 (0) 40-679446-6118
hailo@faktor3.de