Homapal launcht Logo & Webseite

Neues Branding erhöht Sichtbarkeit für die Echtmetallschichtstoffe

Beim Oberflächenspezialisten Homapal aus Herzberg am Harz stehen alle Zeichen auf Erneuerung. Frisch und übersichtlich präsentiert sich seit Oktober 2021 die Webseite unter www.homapal.de. Gleichzeitig entstand in einem kreativen Prozess ein neues Logo. Aufbauend auf den historisch in Deutschland gewachsenen Stärken der Marke und den optischen wie haptischen Eigenschaften des Materials gibt es die zukünftige Ausrichtung vor: Das neue Branding soll die hochwertigen Metalloberflächen noch intensiver ins Blickfeld von Architekten und Planern rücken.

„Shaping emotions in interiors" – mit diesem Slogan weist Homapal auf die emotionale Wirkung, die die Echtmetallschichtstoffe im hochwertigen Interior Design entfalten. Wie ein roter Faden zieht er sich durch den Online-Auftritt, der darauf zielt, den Service für Architekten, Verarbeiter und Planer zu verbessern, die Musterabwicklung zu vereinfachen sowie mit intuitiver und übersichtlicher Navigation bei der Raumplanung und der Verarbeitung zu unterstützen.

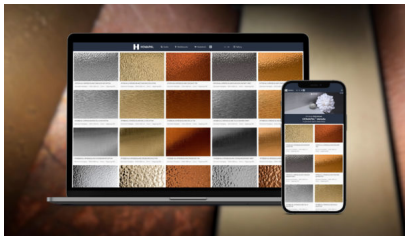
Die neue Webseite hebt die Kernkompetenzen des Unternehmens nun besser hervor. Im Mittelpunkt stehen das vielfältige Produktportfolio aus Echtmetallschichtstoffen und Magnethaftplatten mit aufeinander abgestimmten Raumszenarien sowie zahlreichen kundenindividuellen Lösungen. Großformatige Anwendungsbeispiele verdeutlichen die Einsatzmöglichkeiten und verfehlen ihre emotionale Wirkung nicht.

Zudem liefert die Homepage Einblicke in den Entwicklungs- und Herstellungsprozess der zukunftsweisenden funktionalen und ästhetischen Oberflächenmaterialien für den Möbel-, Laden- und Innenausbau. Dabei profitiert Homapal von kontinuierlichen Innovationsprozessen. Die Darstellung der Verbindung aus industrieller Produktion und Manufakturarbeit verdeutlicht einmal mehr die High-end-Qualität der Produkte.

Neues Logo für eine starke Marke

Teil des Online-Auftritts ist auch bereits die neue Wort-Bild-Marke. Das Logo folgt klaren Vorgaben: Unverwechselbar und klar nimmt es Bezug auf die Ursprünge und die Geschichte des Unternehmens, setzt gleichzeitig auf Zukunftsfähigkeit und Produktstärke. So wurde aus den beiden dynamisch aufsteigenden Säulen graphisch ein neues „H" entwickelt, das stabil und kompakt für die Verlässlichkeit des Produktes und für den Firmennamen steht.

Zwei gerade Säulen treffen nun mit den Spitzen ihrer seitlich aufgesetzten Dreiecke aufeinander. Die Spitze steht im übertragenden Sinn für den technischen Prozess, die Oberflächenbehandlung. Das vollständige „H" versteht sich als Spiegelbild und gibt in einer Art idealer Reflexion eine der Haupteigenschaften von Metallen wieder. Die Farbdefinition erlaubt der neuen Bildmarke das Spiel mit den für Homapal charakteristischen Tönen und Farbkombinationen – im Bewegtbild eine geschickte Demonstration, wie metallische Oberflächen und Unis zusammenwirken.



Bildtext: Homapal hat Webseite und Logo für eine bessere Wahrnehmung bei den Zielgruppen neugestaltet. Der Slogan „shaping emotions in interiors" steht für die emotionale Wirkung, die Echtmetallschichtstoffe im hochwertigen Interior Design entfalten können. Screenshot: Homapal

PR-Kontakt: bic.PR | Bianca Schmand-Hannemann | Telefon: +49 5246 827 990-0 | E-Mail: Bianca.Hannemann@bic-pr.de

