

9. Mai 2017

HB Reavis enthüllt seinen aufgefrischten Marktauftritt, der seine auf Menschen fokussierte Strategie verdeutlicht

**Das internationale Bauunternehmen HB Reavis hat kürzlich seine aufgefrischte Corporate Identity enthüllt, die sich an die derzeitige Strategie und Philosophie des Unternehmens anschließt. Diese sind einzigartige, Menschen fokussierte Räume zu schaffen, welche die Produktivität, sowie das Wohlbefinden und das generelle Erlebnis derer, die die Flächen nutzen, sowie der umliegenden Nachbarschaft zu verbessern.**

Was als ein kleines, in Bratislava angesiedeltes Bauunternehmen begann, hat sich zu einem der größten Europas mit Unternehmungen in dem Vereinigten Königreich, CEE und der Türkei, sowie weiteren 21 Bauvorhaben in der Pipeline über das gesamte Spektrum des Portfolios, entwickelt. Um das jüngste, außerordentliche Wachstum zu fassen, hat das Unternehmen festgestellt, dass es notwendig ist die Marke so weiter zu entwickeln, dass sie die aktuelle Vision und Mission des Unternehmens widerspiegelt.

Von HB Reavis in enger Zusammenarbeit mit der in London beheimateten Kreativ Agentur Sectorlight, wurde die neue, sehr umsichtig auf den neuesten Stand gebrachte, Corporate Identity, mit neuem Leben gefüllt, um ihr mehr Dynamik, Wärme, Emotionalität und Attraktivität zu geben, und um sie neuem und bestehendem Publikum auf den digitalen, sozialen, gedruckten und physischen Kanälen näher zu bringen.

Die Visuelle Leichtigkeit des Logos stellt dar, dass HB Reavis, so wie das Unternehmen Immobilienlösungen abliefert und mit seinen vielfältigen Investoren zusammenarbeitet, menschlich, zugänglich und Menschen fokussiert ist. Die verschiedenen Schattierungen und die leuchtend, warmen Farben, veranschaulichen wie HB Reavis Leidenschaft für seine Arbeit, für jeden den sie treffen, ansteckend sein kann; Vorstellungskraft mit der Möglichkeit zu neuen Umgebungen für Arbeit und Spiel zu inspirieren. Die Kombination zweier fließender Objekte mit Farbe, spiegelt HB Reavis angeborenen Unternehmergeist und Leidenschaft für das was sie tun wieder.

**Pavel Trenka, CEO, HB Reavis Group**, sagte: „Wir freuen uns sehr unsere neue Marke zu veröffentlichen. Sie passt perfekt zu unserer Strategie und unserem Handeln welches darauf zielt die Grenzen der modernen Arbeitsplatzlösungen auszuweiten und die von der Industrie vorgegebenen Standards aufzubrechen. Durch eine Vielzahl von Diskussionen mit unseren Klienten und Partnern, verspürten wir den Drang dazu, besser darzustellen wer wir wirklich sind und wofür wir stehen. Obwohl es mehrere Attribute unserer Marke gibt die wir darstellen möchten, steht die Wahrnehmung als Menschen fokussiert, leidenschaftlich und innovativ zu sein, an erster Stelle. Ich möchte mich bei dem Team von Sectorlight für Ihr Gelingen bedanken, dies perfekt durch die Wahl von warmen Farben und organischen Formen, sowie die Änderung unseres Logos, einzufangen. Wir hoffen, dass die neue Marke, offensichtlich in unseren tatsächlichen Unternehmungen verankert, unserem Publikum helfen wird unsere Vision zu verstehen, und ihr Vertrauen bestärkt mit uns auf neuen Wegen zu kommunizieren.“

**Peter Terpak, Group Marketing und Communications Director, HB Reavis Group**, sagte: „Mit unserer neuen Marke haben wir einen mutigen Schritt gewagt. Mit einem viel größeren **B2C** Gefühl als branchenüblich. Es spiegelt unseren Fokus auf die Menschen wieder, die unsere Gebäude, Arbeitsplätze und umliegenden Nachbarschaften erleben. Es war nicht nur unser Ziel eine neue, dynamische Identität zu kreieren, sondern auch diese Gelegenheit als ganzheitlichen Prozess zu nutzen um alle Aspekte der Persönlichkeit der Marke HB Reavis über alle internen und externen Beziehungen mit unseren Partnern, Klienten und der Branche im Ganzen zu verbinden.“

**Nick Cannons, Creative Director, Sectorlight**, kommentierte: “Was uns als erstes an HB Reavis auffiel, war wie sehr die Herangehensweise an Dinge abwich; nicht nur in dem was sie als Bauunternehmen tun, sondern auch wie sie es als Gruppe von Menschen tun. Sie haben einen sehr greifbaren, kollektiven Geist und einen natürlichen Drang dazu, Dinge besser zu machen. Genau das war für uns der Punkt den Weg der Marke zu starten. Wir wollten jeglichen marktüblichen Jargon vermeiden und eine emotionalere und menschlichere Visuelle Identität und Stimmfarbe einbringen, die HB Reavis einen familiären und universell zugänglichen Reiz geben würde. HB Reavis Mitarbeiter sind auch sehr leidenschaftlich und fordern die Standards der Industrie heraus, was uns dazu bewogen hat dies visuell durch spielerische Formen und leuchtende Farben auszudrücken. Das Ergebnis ist eine starke, dynamische Sprache, die sich an eine Vielzahl von Berührungspunkten anschmiegen kann.“

Das **Rebranding** schreitet weiter voran mit einer Vielzahl von neuen Initiativen und Projekten, unter anderen:

- Diverse Vorzeigeprojekte, wie Varso Place in Warschau, ein 53-stöckiger Turm mit Mischnutzung, der einer von Europas höchsten Gebäuden nach Fertigstellung sein wird, das Stanica Nivy Einkaufszentrum und Busbahnhof in Bratislava, und der Agora Bürokomplex in Budapest, sowie der Erwerb neuer Bauflächen auf dem Londoner Markt.
- WELL Zertifizierung für die CEE Büroprojekte, was HB Reavis als einer der ersten kommerziellen Bauunternehmer der Region durchführt.
- Origeo, HB Reavis Arbeitsplatzlösungen Unternehmen, das Kunden dabei hilft in ein passendes, modernes Umfeld umzusiedeln.
- HubHub, HB Reavis eigene, große Co-Working Plattform, die zuerst in Warschau und Bratislava gestartet ist.