

## **Bonakemi byter namn och logotype**

**Det Malmöbaserade företaget Bona tar nu ytterligare ett steg på marknaden genom att renodla, tydliggöra och stärka sitt varumärke. Bona är ett internationellt företag verksamt på en nischad marknad, trägolvsbehandling, där företaget erbjuder kompletta system för hela golvet livslängd under ett enda starkt varumärke Bona. Nyckeln till att verka på en konkurrensutsatt marknad är att bygga ett kraftfullt varumärke och stärka vår unika identitet, säger Vd och koncernchef Kerstin Lindell. Ända sedan 1919 har Bona fokuserat på trägolv, vilket företaget vill förstärka med sin nya devis – Passion for wood floors.**

Vi arbetar med en varumärkesstrategi där Bona profileras som det enda varumärket, berättar Bonas VD och koncernchef Kerstin Lindell. Konkret innebär det nu att vi byter vårt företagsnamn till Bona samtidigt som förändrar vi vår gamla logotyp. Vi tar bort X:et, som egentligen består av ett stiliserat B och K.

Enligt Kerstin Lindell innebär det stora fördelar med att arbeta med ett starkt varumärke. Bona är ensamma inom branschen med att erbjuda såväl oljor, lacker, UV-lack som slipmaskiner och rengöringsprodukter för trägolv med ett gemensamt varumärke.

Vårt varumärke är byggt på våra kärnvärden: att visa respekt och omtanke, samtidigt som vi är professionella och innovativa. Det är begrepp och egenskaper som ska kopplas till varumärket och som vi vill bli förknippade med, berättar Bonas VD Kerstin Lindell.

Bona, som är experter på teknologin kring vattenburna golvlacker har en lång tradition av att sätta individuell hälsa, luftkvaliteten inomhus och miljöarbetet främst. 1979 var Bona ett av de första företagen i världen som lanserade vattenburna lacker för trägolv. I nästan 30 år har Bonas forsknings- och utvecklingsavdelning fokuserat på att ta fram miljömässigt ansvarsfulla produkter för behandling av trägolv. Nu pågår arbetet för fullt för att fasa ut lösningsmedelsbaserade lacker helt och hållet i Europa till den 1 februari 2009.

Jag är stolt över att vi tog det djärva beslutet under 2007, att fasa ut alla lösningsmedelsbaserade lacker i Europa, berättar Kerstin Lindell. Det har blivit inneburit att vi numera inte längre tillverkar lösningsmedelsbaserade lacker i vår fabrik i Malmö.

Bonas nya devis – Passion for wood floors speglar företagets fokus och expertis inom trägolv.

Samtidigt som den ger uttryck för vår mission att ta fram det bästa i varje trägolv. Vår passion för trägolv genomsyrar allt vi gör, säger Kerstin Lindell.

**Bilder:** kan laddas ner från pressrummet på: [www.bona.com/pressroom](http://www.bona.com/pressroom)

### **För mer information:**

Kerstin Lindell, VD och koncernchef.

Tfn: 040-38 73 73. Email: [kerstin.lindell@bona.com](mailto:kerstin.lindell@bona.com)

Agneta Weimarsson, PR and internal Communication Manager.  
Tfn: 040-38 73 63. Email: [agneta.weimarsson@bona.com](mailto:agneta.weimarsson@bona.com)