



Hemköp lanserar ny logo

Under hösten 2004 introduceras Hemköps nya logotyp. Den ersätter den solbeprydda som har över 20 år på nacken. Omkring 800 tillfrågade konsumenters val var ett viktigt underlag för en ny och vänligare symbol. Designbyrån Happy, som skapade logotypen, har samarbetat framför allt med Fredrik Jakobsson, Hemköp, och Bodil Eriksson, Axfood.

Våren 2004 beslutade Axfoods styrelse att slå samman Hemköp och SPAR-kedjorna under namnet Hemköp. Den nya kedjan får omkring 200 butiker med en samlad omsättning på cirka 10 miljarder. Kunskap om och passion för mat är viktiga grundvärden i nya Hemköps identitet, liksom en stark prisimage. Detta är grunden för en ny varumärkesplattform och den nya logotypen.

Vi ska signalera till kunderna att vi kommer med marknadens bästa kunderbudande. Att vi går ihop i en ny, större kedja är ett bra skäl att berätta vår story, säger Fredrik Jakobsson, vice vd och marknadschef på Hemköp. Den ska handla om att vi redan börjat ta tillbaka initiativet som Sveriges bästa färskvarukedja: Hemköp är en av de få supermarkketkedjorna som växer.

Vi tog ställning till flera förslag till logotyp i samarbete med Happy, säger Bodil Eriksson, vice vd på Axfood AB. Den nya logotypen förstärker det Hemköp redan står för. Att 800 konsumenter, i en rad tester, sa att den bäst signalerade kunskap om mat och passion för mat var ett tungt argument. Konsumentundersökningar visar också att Hemköp i dag har stärkt sin prisimage.

Premiär i Stockholm City 23 september

Den nya logotypen introduceras vid premiären för ombyggda Hemköp City, under Åhléns i Stockholm, den 23 september.

Vi smygstartar dessutom med att konvertera ett antal SPAR-butiker, som vi har köpt: Anderstorp, Gnosjö, Skillingaryd och Växjö, säger Fredrik Jakobsson. Från och med den 28 oktober kommer logotypen att synas där.

För ytterligare information, kontakta:

Fredrik Jakobsson, mobiltelefon 0705-47 94 41

Bodil Eriksson, mobiltelefon 070-629 66 34

Leif Sorte, Happy, mobiltelefon 0733-75 78 39