

Nieuwe merkidentiteit Stanley

18-07-2013 02:00



Volgens het bedrijf weerspiegelt de nieuwe identiteit zijn 170 jaar oude reputatie, die staat voor innovatie, kwaliteit en prestaties. “De afgelopen vijftien jaar hebben we een enorme transformatie ondergaan”, zegt topman John Lundgren. “Stanley is actief in diverse markten; van de gezondheidszorg en beveiliging tot handgereedschap en bevestigingsmaterialen. We wilden een logo ontwerpen dat de grootte en het bereik van ons merk representeert.”

De letter ‘N’ is voorzien van een schuine hoek, met als resultaat dat er zich een omhoog wijzende pijl vormt. “Deze vorm verbeeldt het concept ‘Action’, dankzij de simpele maar krachtige vormgeving. Om de sterkte van het merk Stanley te behouden, blijft de kleurcombinatie geel en zwart ongewijzigd.”

De nieuwe merkidentiteit wordt geleidelijk ingevoerd.

Marc Nelissen