

Pressemitteilung

Der neue Auftritt der Hager Group

(Saarbrücken, Oktober 2008) Am 1. Oktober 2008 erhält die Hager Group ein neues Erscheinungsbild. Die Hager Group steht für das Gesamtunternehmen und für die Gemeinschaft aller Menschen, die sich dort engagieren.

Das neue Logo und seine Bedeutung

Wir sind farbiger und frischer geworden und möchten damit nach innen und nach außen deutlich machen, dass wir fit für die Zukunft sind. Die Hager Group ist ein attraktives, dynamisches Unternehmen. Unser Auftritt soll das widerspiegeln und durch eine zeitgemäße Gestaltung unterstreichen.

Das „Bild“ im neuen Logo steht für die Menschen, die das Unternehmen ausmachen. Sie stehen im Mittelpunkt. Die drei Farben unterstreichen die Verschiedenheit und gleichzeitig die Identität der einzelnen Mitglieder dieser Gemeinschaft. Die Überschneidung symbolisiert den Zusammenhalt und die gemeinsamen Werte.

Wie wird der neue Auftritt angewandt?

Die Hager Group ist keine kommerzielle Marke. Sie bietet weder Produkte, noch klassische Dienstleistungen an. Ihr Einsatzfeld ist dort, wo keine Produkte beworben und keine Kunden angesprochen werden.

Neben der gruppenweiten internen Kommunikation wird sie extern nur verwendet, wenn das Gesamtunternehmen spricht oder betroffen ist. So zum Beispiel in den Bereichen Einkauf, Personalmanagement oder Finanzen. Die Hager Group als Mitarbeitermarke ist die Heimat für alle Beschäftigten.