

Russell Hobbs präsentiert sich mit neuem Markenauftritt

Die britischen Traditionsmarke präsentiert auf der IFA 2012 erstmals ihren neuen Markenauftritt. Ab sofort steht neben dem Design und der Technik noch mehr der Konsument und sein alltägliches Leben in der Küche im Fokus. Dies wird auch durch den neuen Slogan „At the heart of your home“ unterstrichen.

1952 begann die Geschichte von Russell Hobbs, als Bill Russell und Peter Hobbs entschieden, sich zusammen zu tun um die Küchen Großbritanniens zu verändern. Sie hatten eine einfache Vision: Sie wollten Produkte schaffen, die das Leben einfacher machen. Dabei waren der erste elektrische Kaffeebereiter mit Warmhalteplatte oder der erste elektrische Wasserkocher nur zwei von vielen bahnbrechenden Innovationen von Russell Hobbs. Im Lauf der Jahre erweiterte Russell Hobbs sein Sortiment dann konsequent auf den gesamten Haushaltsbereich.

Die Produkte von Russell Hobbs sind nicht nur hochwertig, modern und innovativ, sie sorgen auch für die schönen Momente im Leben - die erste frisch aufgebrühte Tasse Kaffee am Morgen, das frisch gebügelte Hemd oder eine gemeinsame Mahlzeit mit der ganzen Familie.



All diese Momente spielen sich hauptsächlich in der Küche ab – „At the heart of your home“. Denn die Küche ist längst nicht mehr nur der Ort der Zubereitung, sie ist emotionaler Mittelpunkt des alltäglichen Lebens und hier spielen die Produkte von Russell Hobbs eine ganz besondere Rolle.

Die „At the heart of your home“-Philosophie lebt dabei von der besonderen Idee, die Konsumenten in den Entwicklungsprozess zu integrieren. Nur durch diese wertvollen Einblicke entstehen Innovationen, die den Verbrauchern das Leben erleichtern, wie z.B. das Touch Control Bedienfeld der Frühstücksserie Steel Touch oder die Einfüllöffnung beim Dampfbügeleisen Easy Fill.

Der neue Markenauftritt spiegelt sich auch im neuen Erscheinungsbild am PoS wieder. So wurde das Design der Verpackungen, der PoS-Module und der Werbematerialien überarbeitet. Alles erstrahlt nun in einem einheitlichen und einladenden Design und steigert somit den Wiedererkennungswert der Marke. Ebenso wurden das Logo und der Russell Hobbs Schriftzug durch einen frischeren Farbton und eine modernere Schrift auf die neue Positionierung abgestimmt.

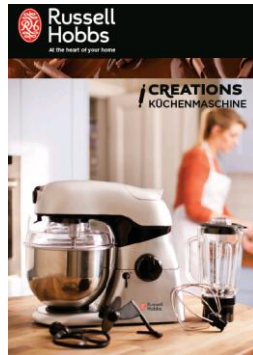
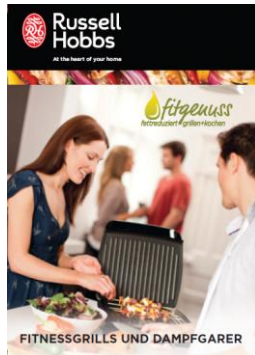
Verpackungsbeispiele:



Beispiel der PoS-Module:



Beispiele der Werbematerialien:



Fotos und weitere Informationen zum neuen Markenauftritt sowie zu Russell Hobbs können Sie unter RussellHobbs@haebmau.de anfordern.