

Ny visuel identitet: En samling af tværfagligheden hos Andersen & Heegaard

Med en fortsat styret udvikling af virksomheden og en udvidelse af kompetencefeltet, er der særligt inden for det seneste år sket meget i Andersen & Heegaard. Skiftet fra VVS-entreprenør til leverandør af totaltekniske løsninger bliver markeret med en ny visuel identitet, der i disse dage udrulles på både digitale og fysiske platforme hos virksomheden.

De karakteristiske, grønne bogstaver har i mange år været en del af identiteten i Andersen & Heegaard, men nu er tiden kommet til forandring. For ligesom virksomheden har udviklet sig, må den visuelle identitet følge trop: "Vores logo skal afspejle den forretning, vi er i dag, og siden starten i 1927, er der i høj grad sket en udvikling, der kræver markering", siger administrerende direktør Mads Bengtsson.

Med inspiration fra de traditionelle rødder

Virksomhedens rødder tilbage fra 1927 spiller netop en afgørende rolle i det nye logo, hvilket er et helt bevidst valg. "Hvis vi går helt tilbage til tiden med jernstøberier, har vi en historie, der går knap 200 år tilbage. Det er af stor værdi for os, og det er selvfølgelig noget af det, vi ønsker at markere med det nye logo.", udtaler bestyrelsesformand Frank Bech. Det nye logo er inspireret af det oprindelige segl fra 1927. Her er der blevet foretaget nogle finjusteringer for i højere grad at modernisere udtrykket. Selvom logoet forandres betydeligt, er det således med udgangspunkt i det oprindelige og ikke mindst den grønne A&H farve: "Grøn betyder håb, men også vækst. Vi har i mange år været forbundet med den grønne farve, og det vil vi blive ved med at være.", supplerer bestyrelsesformanden.

Flere fagligheder – ét logo

Andersen & Heegaard har i mange år haft sin kernekompetence i VVS, men kan med den seneste udvidelse af kompetencepaletten kalde sig et tværfagligt teknikhus bestående af ydelser inden for VVS, sprinkler, ventilation, el, pharma og medical. Andersen & Heegaard er dermed den eneste virksomhed i landet, der kan facilitere og validere et projekt fra vandstik til færdig GMP vaskemaskine. "Det har været en høj prioritet for os at samle husets fagligheder, og denne tværfaglighed giver mening at markere med en ny visuel identitet, så der ikke er tvivl om, hvem vi er og hvad vi kan.", forklarer Mads Bengtsson. Det nye logo bliver derfor et fælles udgangspunkt, uanset hvilket fag du repræsenterer.

Nyt logo er kun den første brik

Den nye identitet kræver en større, intern arbejdsgang i form af blandt andet nye visitkort, arbejdstøj, bilfolie mm., hvilket de glæder sig til i Andersen & Heegaard. Men det nye logo bliver ikke kun synligt på de fysiske platforme: "Med lanceringen af det nye logo følger også snart vores nye hjemmeside, som både har været tiltrængt og længe ventet. Det er en stor fornøjelse for os at offentliggøre den spændende udvikling.", runder bestyrelsesformand Frank Bech af.

