

Pressmeddelande

2022-03-25

10:00

Skanska förnyar varumärket

Skanska förnyar varumärket och skapar en ny varumärkesstrategi och grafisk identitet för att bättre möta kundernas behov och förväntningar, samt fungera i ett digitalt landskap. Identiteten speglar hur vi formar och utvecklar samhällen och vårt sätt att leva. Den nya identiteten lanserades internt i december 2021 och rullas nu ut på alla marknader.

– Vi behövde utveckla vår position och identitet för att reflektera varifrån vi kommer samtidigt som det ger kraft och riktning åt verksamheten och våra strategiska ambitioner. Att ta sig an ett varumärke vars historik sträcker sig över 135 år, och som är en stor del av samhällsbyggandet över stora delar av världen, var samtidigt en utmaning som vi stod ödmjuka inför, säger Alison Bonner, VP Group Head of Brand and Marketing, Skanska.

Baserat på kundinsikter och varumärkesanalyser från alla våra marknader och affärsområden, skapades positionen "The knowledge and foresight to shape the way we live" – ett komplement till Skanskakoncernens nylanserade strategiska inriktning.

– Det är en position som bygger på den unika Skanskakultur som redan idag särskiljer oss runt om i världen. En kultur baserad på starka värderingar, yrkesskicklighet, kunskap och ansvarskänsla. Men den speglar även mentaliteten hos oss på Skanska – där vi vet att varje beslut, stort som litet, påverkar inte bara våra projekt utan samhället i stort, säger Karolina Cederhage, SVP Group Communications, Skanska.

Tillsammans med vår partner i processen, NORD DDB, har positionen översatts till "Shaping" - en optimistisk, framåtblickande identitet som tar avstamp i former, byggnader, arkitektoniska referenser och ett unikt bildspråk. Som del av arbetet har logotypen moderniserats och fått en mer optimistisk färg, samt anpassats för att optimera läsbarheten för den digitala miljön.

Arbetsgrupp Skanska

Senior Vice President Communications, Karolina Cederhage

Vice President Brand and Marketing, Alison Bonner

Brand and Marketing Manager, Lotta Lagerstedt

Graphic Designer, Iréne Sjöberg

För ytterligare information kontakta:

Jacob Birkeland, Head of Media Relations and Public Affairs, Skanska AB, tel 010 449 19 57

Direktlinje för media, tel 010 448 88 99

Detta samt tidigare pressmeddelanden finns också på www.skanska.com.

Skanska använder sin kunskap och förmåga att blicka framåt till att forma hur människor lever, arbetar och umgås. Vi har funnits i mer än 135 år och är ett av världens största projektutvecklings- och byggföretag med en omsättning på 148 miljarder kronor under 2021. Skanska är verksam på utvalda marknader i Norden, Europa och USA. Tillsammans med våra kunder och en samlad expertis hos 30 000 medarbetare skapar vi innovativa, hållbara lösningar som främjar hälsa och välbefinnande bortom vår livstid.