

PRESSEMEDDELELSE

## Ny visuel identitet er en investering i fremtiden med respekt for fortiden

**De, som kender Finn L. & Davidsen A/S ("FLD") godt, vil vide, at det er en gammel installatørvirksomhed tilbage fra 1932. Som mange andre ældre virksomheder i branchen, har FLD gennemgået en transformation siden opstarten dengang, hvor verdensøkonomien havde det allerværst.**

Den sjællandske installatørvirksomhed udruller i disse dage en ny visuel identitet med bl.a. nyt logo, som skal underbygge den udvikling, virksomheden har gennemgået særligt indenfor de seneste år. "For 1 år siden lagde vi en strategisk plan for FLD, som ser ind i næste årti. En ny visuel identitet er et af de strategiske tiltag, som skal klæde os på til fremtiden", fortæller ejer Lasse Houengaard.



FLD er ikke længere blot en lokal el- og VVS-installatør. Lasse Houengaard vil mere end det, og det skal bl.a. et nyt logo være med til at underbygge. Foto: Claus Sall

### **Traditioner kombineres med nytænkning og parathed**

Solide danske håndværkstraditioner har altid været en integreret del af virksomheden. Men Lasse Houengaard ser nu tiden inde til at kombinere traditionerne med den nytænkning og parathed, som kendetegner en stor del af den installatørvirksomhed, FLD har udviklet sig til: "Jeg plejer at sige, at den, der lever stille, lever godt. Det har vi gjort i mange år. Levet stille og levet godt. Men nu har vi nået en størrelse og erfaring, hvor vi ikke længere behøver eller vil leve stille. Til gengæld vil vi altid leve vores eget liv uafhængigt af andre sammen med vores kunder, for det er sådan, FLD er".

### **Det er ikke længere "kun" relationer, der afgør forretningen**

Den nye identitet underbygger også den interne forandringsproces, FLD har gennemgået. En hel del interne procedurer er gået efter i sømmene, og man har øget fokus på vigtige elementer som kommunikation, brugerhåndtering og kvalitetsstyring ved byggesager og rammeaftaler. Det har medført en øget interesse for virksomheden hos bl.a. kommuner, boligforeninger og rådgivere: "Vi bliver oftere inviteret med til forhandlingsbordet og opfordret til at afgive tilbud. Tidligere har vi måske fået sager på baggrund af vores relationer. Nu er det vores ekspertise, der gør det", siger Lasse Houengaard om den positive tendens, FLD oplever.

### **Vi er og hedder stadig "Finn L. & Davidsen"**

En del af processen har været en nytænkning af installatørvirksomhedens genkendelige og traditionsrige logo. Det nye logo er blevet til i tæt samarbejde med det grafiske designbureau vahle+nikolaisen. Fra projektets opstart har det stået klart, at det nye logo skulle signalere en strømlinet og nytænkende håndværksvirksomhed - med respekt for historien. Den ene halvdel af vahle+nikolaisen, Per Nikolaisen, udtaler om tankerne bag logoets udformning: "Det nye logo er skabt med respekt for det tidligere logo, men i en moderniseret og forenklet form. De skrå linjers ens hældning giver balance og skaber et stramt look". Lasse Houengaard tilføjer: "Det er vigtigt for mig at understrege, at vi ikke skifter navnet, men logoet. Vi er og hedder stadig "Finn L. & Davidsen", men vi er nødt til at tilpasse os den størrelse og viden, vi har i dag".



Gammelt logo



Nyt logo

### Nyt logo er en af hovedstationerne på rejsen

En ny visuel identitet med nyt logo medfører som bekendt en større intern arbejdsgang, hvor alt gennemgås og designes på ny. Men det glæder Marketing- og udviklingschef, Louise Heegaard: "Vi er på vej ind i et nyt perspektiv, hvor vi tænker større – og hvor vi tør at gå efter det, der ligger foran os. Vi vil ikke nøjes. Vi vil udfordre normerne, som er så indgroet i branchen, og se FLD vokse, ligesom vi ser vores medarbejdere vokse. For 1 år siden tog vi hul på en ny rejse, og et nyt logo er en af hovedstationerne, som vi nu passerer. Vi ser det som en investering i fremtiden og i vores medarbejdere".

---

#### Yderligere info kontakt:

Ejer, Lasse Houengaard: 22 10 14 56 / lasse@fld.dk

Marketing- og Udviklingschef, Louise Heegaard: 26 84 88 36 / louise@fld.dk