

stil & markt

IHR HANDELSMAGAZIN RUND UMS WOHNEN, KOCHEN UND SCHENKEN



**Für die Küche
Elektrogeräte
und mehr**

**Farben, Formen,
Muster
Trends 2025**

NIVONA

www.nivona.com



Mit dem Brand Refresh im September 2024 wurden auch emotionale Key Visuals eingeführt, wie dieses hier, das für den Bereich „kitchen“ steht.

Organisiertes Leben mit keeper

Das Markenversprechen von keeper lautet: „ecological, efficient, essential – enjoy living“. Mit dem neuen Motto „keep what you love“ will man sich zur „Lovebrand“ entwickeln.

Das Sortiment von keeper steht dafür, den Alltag zu verbessern und Lebensfreude zu verschaffen, ob zu Hause, im Garten, beim Einkauf oder in der Freizeit. Die Marke setzt auf moderne, leuchtende Farben, um ihre Produktkategorien hervorzuheben. Rot steht für den Bereich „kitchen“, Grün für „storage“, Gelb für „kids“ und Lila für „home“. Diese Aufteilung entspringt dem im September 2024 vollzogenen Brand Refresh, in dessen Zusammenhang auch der neue Claim „keep what you love“ eingeführt wurde. Mit emotionalen Key Visuals und einer ansprechenden Website macht das Unternehmen einen großen Schritt in Richtung „Lovebrand“.

keeper CEO
Martin Bieri



Geschichte und Entwicklung

Die Firmengeschichte der keeper Group begann bereits 1959 mit der Gründung eines Kunststoffwerks in Stewede durch die SULO-Werke. Damals wurden erste Haushaltsprodukte wie Wäschekörbe und Abfallbehälter produziert.

Als man 1971 den Designer Luigi Colani beauftragte, innovative Baby- und Haushaltsprodukte zu entwickeln, entstanden eine Babywanne und ein Töpfchen, die noch heute zu den Bestsellern gehören. In den folgenden Jahren kamen neue Produktionsstandorte hinzu, man entwickelte sich technologisch weiter und erweiterte die Produktlinie. 1986 erfolgte die Umbenennung in OKT. Im Jahr 2016 führte man die Marke keeper und mit ihr ein eigenes Signet, das

Unternehmens- porträt

Eichhörnchen, ein, das heute zum Markenzeichen geworden ist. In vier Produktkategorien – home, kitchen, storage und kids – bedient die Gruppe heute Kunden in den Bereichen DIY, Lebensmittel- und Möbeleinzelhandel sowie Großhandel in über 55 Ländern. Seit 2019 ist die keeeper Group zudem Teil der börsennotierten Mutares SE & Co. KGaA mit Sitz in München.

Produktion in der EU

Die Produkte von keeeper werden primär in eigenen Produktionsstätten innerhalb der EU, vorrangig in Polen, unter Einsatz nachhaltiger Materialien und umweltfreundlicher Technologie hergestellt. Qualität und Produktsicherheit lässt sich das Unternehmen in regelmäßig stattfindenden Tests von staatlich anerkannten Prüfinstituten bestätigen. Auch deshalb gewährt keeeper auf alle Artikel eine Garantie von zehn Jahren.



Designer Luigi Colani entwickelte 1971 die Babybadewanne, die heute noch zu den Bestsellern gehört.



1991 kam mit OKT Polska in Bydgoszcz ein neuer Standort des Unternehmens hinzu.

Die Produktion von keeeper erfolgt in Produktionsstätten in Polen.



Unternehmensgründung: 1959

Unternehmenssitz: Hille, Deutschland

Mitarbeiter keeeper Group: 600

Philosophie: keepeer's Mission ist es, die Lebenswelt eines jeden Menschen zu verbessern, der Freude am Aufbewahren & Bewahren, Ordnen & Organisieren hat. Die Vision ist, als europäischer Marktführer für nachhaltige und erschwingliche Haushaltsprodukte den Weg in unserer Branche für Nachhaltigkeit und Effizienz aufzuzeigen.