

Pressemitteilung

Montag, 01. August 2016

LEIBNIZ Design Relaunch: Jüngerer & emotionaler Auftritt der Marken-Ikone

- Neue Schrift, neue Farben und neue Produktabbildung: Moderner Look spricht breite LEIBNIZ Zielgruppe emotional an
- Erster Relaunch seit über 10 Jahren

Die Marke LEIBNIZ erhält in ihrem Jubiläumsjahr ein neues Verpackungsdesign. Das neue Aussehen rückt die Kekse stärker in den Vordergrund, betont ihre Knackigkeit und Frische und lässt die Markenikone LEIBNIZ jünger, moderner und emotionaler erscheinen.

Neue Schrift, neue Farben und eine neue Produktabbildung: Die Packung des LEIBNIZ Butterkeks wird das erste Mal seit über 10 Jahren einem umfassenden Design Relaunch unterzogen. Die Umstellung aller Verpackungen von Leibniz auf ein frischeres Aussehen erfolgt in Deutschland und auch international sukzessive ab August. In Österreich wurde das neue Design bereits im Juni im Markt eingeführt. Mit dem Relaunch schafft es das Unternehmen Bahlsen, die Marken-Ikone LEIBNIZ auch in ihrem Jubiläumsjahr an den Zeitgeist anzupassen. „Der LEIBNIZ Butterkeks, der in diesem Jahr seinen 125. Geburtstag feiert, hat es über all die Jahrzehnte geschafft, immer jung, attraktiv und knackfrisch zu bleiben“, erläutert Michael Hähnel, Vorsitzender der Geschäftsleitung Bahlsen Deutschland, Österreich & Schweiz. „Deshalb ist es wichtig, auch das Verpackungsdesign immer wieder aufzufrischen und an den Zeitgeist anzupassen.“

Künftig rücken die Kekse optisch mehr in den Vordergrund, was sie noch einmal emotionaler erscheinen lässt. Die großen leckeren Produktabbildungen machen Appetit und steigern den Kaufanreiz. Beispielsweise zeigen die Nähe und die Abbildung einer abgebrochenen Ecke, wie knackfrisch Kekse von LEIBNIZ sind. Das überarbeitete Farbschema verbessert die Erkennbarkeit in den Regalen und erleichtert die Differenzierung nach den unterschiedlichen Kekssorten. Gleichzeitig wirkt es leichter und frischer als das ursprüngliche Design: Die Marke wirkt moderner und jünger. Erste Tests bei LEIBNIZ Fans als auch Neukunden haben gezeigt, dass das neue Design sehr positiv aufgenommen wird, das Kaufinteresse stärkt und auch auf Nicht-Verwender motivierend wirkt.

Das Logo von LEIBNIZ wurde im Rahmen der Design-Überarbeitung ebenfalls leicht aktualisiert: Der rote Kasten, der bislang die Marke umrahmte, wird als Unterstrich in das Logo integriert.

Über die Bahlsen Gruppe

Bahlsen ist der erfolgreichste deutsche Gebäckhersteller. Mit seinen Marken BAHLSEN und LEIBNIZ ist das Familienunternehmen aus Hannover Marktführer im deutschen Süßgebäckmarkt und europaweit einer der führenden Anbieter. Seit Unternehmensgründer Hermann

Unternehmenskommunikation

Christian Bahlmann
Leiter Unternehmenskommunikation

T +49 (0)511 960 2627
F +49 (0)511 960 2442
Presse@bahlsen.com
www.bahlsengroup.com

Bahlsen GmbH & Co. KG
Podbielskistraße 11
30163 Hannover
Deutschland

The logo for Bahlsen, featuring the brand name in a blue, cursive script font.

Bahlsen vor 125 Jahren den LEIBNIZ Keks erfand, entwickelt sich das Unternehmen stetig weiter und begeistert seine Kunden neben den bekannten Klassikern kontinuierlich mit Innovationen. Bahlsen produziert in insgesamt sechs Werken in Deutschland und Polen und liefert jährlich über 137.000 Tonnen Gebäck in mehr als 55 Länder weltweit. Mit insgesamt rund 2.600 Mitarbeitern erwirtschaftet die Bahlsen-Gruppe einen Umsatz von 535 Millionen Euro (2015).