

The Bahlsen Family

Marthe Wolter
Head of Communications

Bahlsen GmbH & Co. KG
Podbielskistraße 11
30163 Hannover

presse@bahlsen.com
www.thebahlsenfamily.com

Bahlsen Markenrelaunch: Neues Design betont Genuss-Momente

Hannover. Das Unternehmen Bahlsen verleiht den Produkten seiner gleichnamigen Marke weltweit ein neues Design. Verbunden damit ist eine Neupositionierung der Marke: die Produkte sollen stärker im Leben der Menschen präsent sein und sich als unverzichtbarer Begleiter im Alltag etablieren - als Must-have zur Entspannung und für den täglichen Genuss-Moment. Gleichzeitig bringt das Unternehmen das innovative Neuprodukt Bahlsen Hazelnut Cream & Choc auf den Markt.

Auf der neuen Verpackung rückt das Produkt in den Vordergrund und weckt Lust auf das Gebäck. Ein besonderes Merkmal aller schokolierten Produkte ist ein mit Schokolade gezeichnetes Bahlsen "B", das den Genuss-Charakter der Kekse und Waffeln unterstreicht. Das bekannte Bahlsen-Blau dient als verbindendes Gestaltungselement auf sämtlichen Verpackungen. Eine klare Farbstruktur erleichtert die Orientierung im Regal.

Das überarbeitete Design stammt von der renommierten Brand Building-Agentur Roman Klis aus Herrenberg bei Stuttgart. Vorausgegangen waren umfassende Marktforschungsanalysen und zahlreiche Konsumententests. Die Befragten gaben dem neuen Design Top-Noten. Die Verpackung verspricht höchsten Genuss und Qualität, während das Erscheinungsbild modern und zeitgemäß ist.

Gleichzeitig mit dem Relaunch bringt Bahlsen ein innovatives Neuprodukt auf den Markt: **Bahlsen Hazelnut Cream & Choc** besteht aus einem knusprigen Mürbekeks mit cremiger Milch-Haselnussfüllung und einem zarten Schokoladenüberzug. Wie bei allen Produkten der Marke Bahlsen ist die Schokolade von der Rainforest Alliance zertifiziert, was nun auch auf der Verpackungsrückseite sichtbar ist.

"Nach dem letzten Design-Relaunch haben wir die Bedürfnisse unserer Konsument:innen sehr intensiv erforscht. Mit dem neuen Design und der neuen Positionierung folgen wir dem Bedarf nach Genuss, Klarheit in der Struktur und reaktivieren das Bahlsen-Blau als klares Erkennungsmerkmal", sagt Alexander Kühnen, CEO von Bahlsen.

“Konsumenten suchen in ihrem hektischen Alltag nach kleinen, belohnenden Auszeiten. Das neue Markendesign macht die neue Positionierung erlebbar und legt durch die Entwicklung schützbarer Markenelemente die Basis für eine konsistente Markenführung und den zukünftigen Erfolg”, sagt Roman Klis, CEO und Gründer der gleichnamigen Agentur.

Ab Juni wird das frische Verpackungskonzept im Lebensmittelhandel verfügbar sein. Die neue Markenausrichtung wird ab Spätsommer durch eine Kommunikationskampagne unterstützt.

Über Bahlsen

Bahlsen ist ein deutsches Familienunternehmen in der vierten Generation. Seit über 130 Jahren stellen wir unterschiedliches Gebäck her, zum Beispiel Kekse und Kuchen. In diesem Bereich sind wir in Deutschland Marktführer. In Europa gehören wir zu den führenden Herstellern. Wir produzieren unser Gebäck an vier Standorten in Europa und exportieren es in über 80 Länder der Welt. Unser Hauptstandort ist Hannover. Und das von Beginn an. Seit 1889.