

20.03.2025 – 08:33 Uhr

Weleda: Erste umfassende Modernisierung des Markenauftritts in der über 100-jährigen Geschichte



Arlesheim/Schwäbisch Gmünd (ots) -

- **Weleda verjüngt sich und bekennt sich zu seinen Schweizer Wurzeln für neue Zielgruppen und Positionierung im Premiumsegment**
- **Erstes umfassende Überarbeitung des Weleda Logos und der visuellen Markenwelt in der Geschichte von Weleda**
- **Heilpflanzenwissen, Forschung und Swissness werden hervorgehoben**

Die Weleda AG, Weltmarktführerin für zertifizierte Naturkosmetik und anthroposophische Arzneimittel, präsentiert sich in einem neuen Gewand. Logo, Corporate Design und Markenauftritt wurden modernisiert. Eine Premiere für Weleda, da es sich um die erste umfassende Modernisierung des Markenauftritts mit Aktualisierung des Logos in der Geschichte des 1921 gegründeten Unternehmens handelt. „Unser Markenauftritt ist jetzt moderner, klarer, eleganter – ohne seine Wurzeln und Bedeutung zu verlieren“, sagt CEO Tina Müller.

„Weleda entwickelt sich weiter. Eine starke Marke bleibt nur relevant, wenn sie mit der Zeit geht“, so Tina Müller. Weleda ist mit der Marken- und Designagentur Peter Schmidt Group durch einen umfassenden Modernisierungs-Prozess gegangen, der insgesamt zur Erneuerung des Purpose-Unternehmens passt. „Die Erneuerung unseres Markenauftritts steht im Einklang mit unserer Markenpositionierung ‘Schönheit und Gesundheit in Einklang mit Mensch und Natur’ und mit der Unternehmensstrategie ‘Wachstum mit Verantwortung’. Weleda richtet sich heute verstärkt auch an jüngere Zielgruppen und positioniert sich gleichzeitig im Premiumsegment“, sagt Tina Müller.

Das Logo bleibt der anthroposophisch inspirierten Schrifttypographie treu, entwickelt sich aber weiter: feiner, eleganter und zeitgemässer. Auch die Subline verändert sich: Während bisher Bezug auf das Gründungsjahr genommen wurde, transportiert die neue Subline nun das zentrale Alleinstellungsmerkmal: „Mit ‚Natural Science‘ oder ‘Swiss Natural Science’ betonen wir unser enormes Heilpflanzenwissen, das wir in über 100 Jahren aufgebaut haben und wie wir dank wissenschaftlicher Forschung daraus die Kraft der Natur aktivieren, und die wirksamsten Produkte entwickeln“, sagt CMO Susanne Schgaguler. „Jede Pflanze wird gezielt ausgewählt, liebevoll gepflanzt, angebaut, geerntet und verarbeitet. Wir schaffen Produkte, die unsere Lebenskräfte aktivieren. In allem ist die Natur unsere Geschäftsgrundlage.“

Weleda bezieht sich in der Subline auch auf seine Schweizer Wurzeln. „Mit der Subline ‚Swiss Natural Science‘ machen wir sichtbar, was tief in der DNA von Weleda verankert ist: unsere Schweizer Wurzeln und unser Anspruch, nur die besten natürlichen Inhaltsstoffe in unseren Schweizer Laboratorien zu veredeln.“

Entsprechend den hohen Nachhaltigkeitsstandards des Sustainable Natives, rollt Weleda die neuen Packagings über die nächsten Monate aus. „Wir vernichten keine Packmittel, alles passiert Schritt für Schritt“, sagt Susanne Schgaguler. Nach den Naturkosmetik-Linien werden auch die Arzneimittel-Verpackungen umgestellt. Auch das Weleda-Symbol wurde modernisiert. Es steht für Schönheit und Gesundheit in Einklang mit Mensch und Natur. Das Markensymbol mit Äskulapstab wird ästhetischer dargestellt, die Bedeutung bleibt dieselbe.

„Eine über hundertjährige Marke miterneuern zu dürfen, ist natürlich eine riesige Verantwortung“, sagt Heidrun Angerer, Executive Creative Director bei der Peter Schmidt Group. In einem 12-monatigen Prozess hat Weleda zusammen mit der Hamburger Agentur die Marke umfassend verjüngt.

„Unser Eindruck war, dass wir es mit einer Marke zu tun haben, die einem sehr konsequenten und gerade heute hochrelevanten Qualitätskonzept treu geblieben ist – was aber für jüngere Konsument:innen und Qualitätssucher:innen leider herausfordernd zu decodieren war. Zusammen mit dem Weleda-Team haben wir den Grad an Erneuerungen erarbeitet, den wir für die Marke, die Philosophie, die Botschaften und die Werthaltigkeit der Produkte notwendig und angemessen finden. Wir wollten eine visuelle Sprache rund um das neue Logo

entwickeln, die Weleda-Fans sofort erkennen, die aber auch für Interessierte verständlich ist“, so die Erläuterung von Heidrun Angerer.

„In Summe ergibt sich ein Markenauftritt, der absolut den Zeitgeist trifft. Das neue Weleda-Logo ist damit ab April überall, wo unsere Kundinnen und Kunden sind: auf Social Media, im Webshop, auf Plattformen und im stationären Handel“, sagt Susanne Schgaguler. „Einen über hundertjährigen Markenauftritt so umfassend zu erneuern, ist eine verantwortungsvolle Aufgabe. Ich bin überzeugt, dass die Veränderung auch im Sinne unserer Gründer:innen gewesen wäre. Ita Wegman und Rudolf Steiner haben sich auch ihr ganzes Leben lang weiterentwickelt“, sagt Tina Müller.

Verantwortliches Projektteam Weleda:

- Tina Müller, CEO
- Susanne Schgaguler, CMO
- Esther Giessler, Head of Brand
- Andrea Lederer, Chief Digital Officer

Verantwortliches Projektteam Peter Schmidt Group:

- Heidrun Angerer, Executive Creative Director
- Tobias Herber, Design
- Markus Buchhammer, Senior Director Consulting

Sie können die neue Bild- und Markenwelt von Weleda [hier downloaden](#).

presse@weleda.de

Über Weleda

Die Weleda AG ist eine Schweizer Aktiengesellschaft mit Hauptsitz in Arlesheim bei Basel. Insgesamt ist Weleda in über 50 Ländern vertreten und beschäftigt rund 2.500 Mitarbeitende. Weleda ist die weltweit führende Herstellerin von zertifizierter Naturkosmetik und Anthroposophischen Arzneimitteln. Weleda betreibt sechs eigene Gärten nach biologisch-dynamischer Anbauweise und setzt sich insbesondere für die Biodiversität und gesunde Böden ein. Weleda ist eine zertifizierte B Corp.

Mehr Informationen zu Weleda unter

www.weleda.de / www.weleda.ch / www.weleda.at .

Pressekontakt:

Yvonne Samaritani
Group Corporate Communications Officer
Weleda AG/ Dychweg 14/ CH-414-Arlesheim

Medieninhalte



Weleda Logo / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/25239 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004559/100929755> abgerufen werden.