



Presse-Informationen

W. Neudorff GmbH KG
Pressestelle
An der Mühle 3
31860 Emmerthal · Germany
T +49 5155 624-4160
sabine.klingelhoef@neudorff.com
www.neudorff.com

Neudorff präsentiert sich neu Markenrelaunch startet zur Gartensaison 2027

Emmerthal, 1. Oktober 2026. Die W. Neudorff GmbH KG entwickelt die Marke Neudorff konsequent weiter und erneuert ihren Markenauftritt. „Gutes wirkt. Seit 1854.“ ist der neue Claim, der diese Entwicklung unterstreicht. Er macht deutlich, dass Neudorff aus seiner langen Tradition heraus immer wieder wirksame Produkte entwickelt hat, die dem Vorbild der Natur nachempfunden sind. Ab der Gartensaison 2027 werden die ersten Produkte im neuen Design im Handel sichtbar. Weitere Kundenkontaktpunkte folgen schrittweise.

Mehr als ein neues Design

Im Mittelpunkt des Relaunches steht nicht allein ein neues Erscheinungsbild. Neudorff schärft seine Positionierung und entwickelt seinen Markenauftritt konsequent weiter – ohne die eigenen Werte und die Historie des Unternehmens zu vernachlässigen. Künftig steht Neudorff noch klarer für wirksame Produkte mit Inhaltsstoffen, die von der Natur inspiriert sind, verbunden mit langjähriger Erfahrung und kontinuierlicher Weiterentwicklung. Unter dem neuen Claim „Gutes wirkt. Seit 1854.“ bringt Neudorff diesen Anspruch auf den Punkt.



Warum jetzt

Neudorff wächst und verändert sich: neue Zielgruppen, digitale Innovationen wie die Neudorff-App und KI-gestützte Anwendungen sowie höhere Ansprüche an Nachhaltigkeit und Produktqualität prägen das Unternehmen. In den vergangenen Jahren wurden bereits einzelne Produktkategorien gezielt überarbeitet – unter anderem mit Blick auf eine bessere Sichtbarkeit im Regal, eine schnellere Erfassung der Produktvorteile und eine intuitivere Orientierung am Point of Sale. Aus diesen Erfahrungen entsteht nun folgerichtig der nächste Schritt: ein ganzheitlicher, konsistenter und zukunftsfähiger Markenauftritt. Ziel sind eine höhere Markenbekanntheit, eine einheitliche Designsprache und eine klare Wettbewerbsdifferenzierung.

„Nach Jahren der sukzessiven Überarbeitungen ist klar: Neudorff braucht einen einheitlichen, zukunftsfähigen Markenauftritt, der unsere Werte und unsere Identität an allen Touchpoints gleichermaßen vermittelt.“, erklärt Lisa Wulf, Marketingdirektorin bei Neudorff. „Deshalb entwickeln wir unsere Marke jetzt konsequent weiter – strukturiert, transparent und mit klarem Plan.“

Schrittweise zum neuen Markenauftritt

Die Umstellung erfolgt bewusst schrittweise. Bestehende Verpackungsbestände werden nicht vernichtet, sondern regulär abverkauft. Neue Designs kommen im Zuge der regulären Nachproduktion zum Einsatz. Damit nutzt Neudorff vorhandene Materialien weiter, statt sie allein aufgrund des neuen Designs zu verwerfen. Für eine Übergangszeit werden daher Produkte im bisherigen und im neuen Design parallel im Handel zu finden sein.

Der neue B2B-Produktkatalog für Deutschland und Österreich ist bereits im neuen Design erschienen. Ab Oktober folgen weitere Bereiche der Unternehmens- und B2B-Kommunikation.



Mit Beginn der Gartensaison 2027 kommen die ersten umgestellten Artikel im neuen Verpackungsdesign in den Handel. Weitere Produkte folgen sukzessive.

Was sich ändert

Mit dem Relaunch wird der neue Markenauftritt von Neudorff Schritt für Schritt an den verschiedenen Kontaktpunkten sichtbar. Konkret ändert sich:

- **Weiterentwickelte Farbwelt:** für eine höhere Wiedererkennbarkeit am Regal
- **Neue Markenschrift:** für einen einheitlichen Auftritt über alle Kanäle
- **Klarer Verpackungsaufbau:** bündelt Produktvorteile auf einen Blick – mit dem Ziel, Kaufentscheidungen zu erleichtern und den Erklärungsbedarf im Verkaufsgespräch zu verringern
- **Konsistentere Kategorisierung:** verbesserten die Regalnavigation und die Orientierung am POS
- **Website und digitale Kontaktpunkte:** sichern einen konsistenten Markenauftritt online und offline und erleichtern Kundinnen und Kunden den Zugang zu Informationen

Für Kunden: Bessere Orientierung

Kundinnen und Kunden profitieren von besserer Orientierung im Regal, klar kommunizierten Produktvorteilen und eindeutigen Botschaften. Der neue Auftritt zeigt: Tradition und Innovation sind kein Widerspruch, sie gehören bei Neudorff zusammen.