



PRESSEINFORMATION | MÄRZ 2021

Erfrischend neu: Die neuen Etiketten der St. Leonhards Quellen setzen auf Klarheit und einheitlichen Produktauftritt

Klarheit, Natürlichkeit, Reinheit und Lebendigkeit – diese Werte will das Familienunternehmen St. Leonhards mit der Neuauflage der Etiketten seiner lebendigen Wässer widerspiegeln. Damit erscheint das Sortiment des Marktführers unter den Wasser-Anbietern im Naturkostbereich in einem einheitlichen, klaren Auftritt.

„Das Gute bewahren und das Neue aufgreifen“

So erklärt Martin Abfalter, Geschäftsführer der St. Leonhards-Vertriebs GmbH & Co. KG, die mit dem neuen Design verbundene Weiterentwicklung des Unternehmens. „Für die Natur, die Menschen und für Produkte gilt gleichermaßen: „Panta Rhei“ - alles ist im Fluss, im Prozess, in der Entwicklung. In diesem Sinne möchte sich St. Leonhards immer wieder für Neues öffnen.“ Übergeordnet versteht sich der Wasser-Abfüller mit der „Natur im Reinen“, auf Produktebene steht die hohe Qualität seiner Quell- und Mineralwässer. Dieser Anspruch wird mit den neuen Etiketten aufgegriffen.

Die Sorten Sonnenquelle, Mondquelle und Lichtquelle ziert nun ihr schöner Wasserkristall, bekannt nach Prof. Emoto. Das Rückenetikett erzählt vom Charakter der jeweiligen Quelle - jedes der lebendigen Wässer hat seinen eigenen. Neu darauf ist die Energiespirale in Mikroschrift. Sie enthält positive Affirmationen und drückt Freude sowie Dankbarkeit aus – für alle, die sich an den besonderen Wässer der St. Leonhards Quellen erfreuen.

Klarheit mit Wiedererkennung

Mit dem einheitlichen Etikettendesign reiht sich nun auch die St. Georgsquelle in die Produktfamilie ein und ist damit im Bio-Fachhandel und Getränkemarkt eindeutig als Teil des Sortiments der St. Leonhards Quellen sichtbar. Doch trotz der erfrischend neuen Etiketten sind die Wässer durch bekannte Stil-Elemente der Leichtglasflasche wiedererkennbar. Die Verschlüsse in den unterschiedlichen Farben sowie das Farbprofil der Etiketten markieren auf den ersten Blick die verschiedenen Sorten. Auch das Logo des Abfüllers oder der Bogen am unteren Rand der Etiketten sind gleich geblieben.

Ab April startet die Einschleusung der neuen Etiketten in die Produktion.

Für Fragen, bei Wünschen nach Produktmustern, zur Vermittlung von Interviews oder Hintergrundgesprächen stellen wir sehr gerne einen direkten Kontakt zu Theresa Schäfer, Marketing von den **St. Leonhards Quellen her.**

Über St. Leonhards

Respektvoller Umgang mit der Natur, Schutz der Artenvielfalt und wohltuende Einfachheit der Produkte waren von Anfang an Voraussetzung für das Familienunternehmen. Auch heute, als Marktführer für Mineralwasser im Naturkosthandel mit mehr als 50 erfahrenen Mitarbeitern, fühlt sich St. Leonhards dieser Verantwortung verpflichtet. Ethisch einwandfreies Wirtschaften steht für das Unternehmen genauso im Vordergrund wie das unvergleichliche Geschmackserlebnis beim Genuss hochwertiger Naturprodukte. Neben den lebendigen Wässern – 9 Sorten aus 6 Quellen - und der Naturkäserei St. Georg, gehören das Landhotel Mauthäusl, das Bio Thermalhotel Falkenhof, die St. Leonhards Akademie, die St. Leonhards Stiftung sowie der St. Leonhards Hof zum Unternehmen. Weitere Informationen auf www.st-leonhards.de

Pressekontakt

sieben&siebzig GmbH
marienburger str. 27
10405 berlin

inga muecke
tel: 0176 633 98 538
muecke@sieben-siebzig.de
www.sieben-siebzig.de

sieben&siebzig ist eine 2004 gegründete, auf ökologische, faire und nachhaltige Produkte spezialisierte PR- und Marketing Agentur mit Sitz in Berlin.