



PRESSEINFORMATION

Mit neuem Auftritt startet der Marktführer in die Zukunft

Kick-off Marken-Relaunch: „GEHWOL bewegt“ heißt es jetzt

Neues Logo, neuer Claim, neues Design und neue Markenarchitektur – GEHWOL erlebt einen umfassenden Relaunch. Den Beginn macht GEHWOL FUSSKRAFT – erstmals vorgestellt auf der Beauty Forum Messe München. Nach seiner ersten Innovationsoffensive in puncto Qualität und Nachhaltigkeit mit seinem neuen Firmenstandort in Lübbecke rüstet sich der Marktführer damit weiter für die Zukunft und bedient wichtige Zukunftstrends.

Kurzfassung: 420 Zeichen inkl. Leerzeichen

Als unermüdliche Wegbereiter, die uns durchs Leben tragen, verdienen unsere Füße besondere Aufmerksamkeit und Pflege. Dieser Aufgabe hat sich die Eduard Gerlach GmbH seit 1868 verschrieben. Als globaler Fußpflegepionier kümmert sich das Unternehmen seit mehr als 150 Jahren um die Fußgesundheit der Menschen – weltweit. GEHWOL ist dabei führend im Fachhandel und eine der wohl bekanntesten Fußpflegemarken der Welt. Diese langjährigen Erfahrungen und das Renommee als führende Fußpflegemarke sind Ansporn, kontinuierlich an den Produkten weiterzuarbeiten und innovative Lösungen zu entwickeln, um die Fußgesundheit stets zu verbessern. Auch die sich verändernden Pflegebedürfnisse der Menschen ermutigen dazu, neue Wege zu gehen. Trends unserer Zeit wie Achtsamkeit, Prävention, Sportivität, Selfcare, Plant-based, Minimalismus, Green Tech, Sicherheit und Transparenz gilt es zu erkennen und als neue Impulse aufzugreifen, um allen Menschen die bestmögliche Fußpflege zu bieten, die deren modernen Lebensstil und deren Bedürfnisse unterstützen. „Die Strömungen des Wandels verändern uns, unsere Sichtweisen, Einstellungen und unser Verhalten – auch unserem eigenen Körper gegenüber. Eingestellt auf diese Trends ist GEHWOL bereit für die Zukunft, die wir jetzt aktiv gestalten und mit innovativen Lösungen vorantreiben möchten“, betont Timor Gerlach-von Waldhausen, Geschäftsführer der Eduard Gerlach GmbH.

Der erste Schritt in Richtung Zukunft wurde bereits getan: Am Rand des Lübbecker Moors hat das Familienunternehmen einen neuen Firmenstandort geschaffen, der GEHWOL ein zukunftssicheres Entwicklungs- und Produktionsumfeld bietet. Mit modernsten Laboren, Produktionsanlagen, der Qualitätskontrolle, Vertrieb, Lager und Servicewerkstatt ist alles unter einem Dach – und zugleich ein wegweisender und nachhaltiger Bau gelungen: Fundamente aus wasserdurchlässigen Kies-Stopfsäulen, eine eigene Wasserrückgewinnungsanlage und Wärmepumpen, aber ebenso höchste Qualitätsstandards sowie ein ganzheitliches Qualitätsmanagement auf Arzneimittel-Niveau sind nur einige Beispiele, die zeigen, dass Gerlach die Zeichen der Zeit versteht und sein Engagement für Innovation, Sicherheit und Nachhaltigkeit fest in seinem Handeln verankert.

GEHWOL bewegt – neues Markenversprechen und Bekenntnis für gesunde Füße

Das Wohl der Füße ist für Gerlach seit jeher von großer Bedeutung. Doch in einer Welt, die von ständigem Wandel geprägt ist, hat das Unternehmen erkannt, dass gesunde und gepflegte Füße mehr denn je im Mittelpunkt eines aktiven und erfüllten Lebens stehen. Denn wer auf seine Füße achtet und sie pflegt, der bleibt auch in Bewegung, wie es im GEHWOL Fußmanifest festgehalten ist. „Und weil wir Menschen bewegen möchten, erneuern wir auch unser Bekenntnis für das Wohl der Füße“, so Timor Gerlach von Waldthausen. Mit dem neuen Markenversprechen „GEHWOL bewegt“ bringt das Unternehmen die Verpflichtung zur Förderung der Fußgesundheit und Mobilität neu auf den Punkt und setzt seinen Weg für gesunde und gepflegte Füße konsequent fort.

Neues Logo, neues Design – GEHWOL in neuem Outfit

Mit dem Claim „GEHWOL bewegt“ beweist GEHWOL seine Bereitschaft zu Innovation und Modernität. Doch eine moderne Marke benötigt auch ein zeitgemäßes Design. Aus diesem Grund präsentiert sich GEHWOL ab Januar 2024 in einem komplett neuen Outfit. Im Fokus steht dabei das frische, moderne Logo. Der bewährte Fußabdruck ist von seinem Rahmen befreit und platziert sich selbstbewusst und mühelos neben dem Schriftzug. Dieser bildet mit seiner gleichförmigen Strichstärke, einem breiten Schriftschnitt und einem eigenständigen Farbton eine stabile und ruhige Basis. „Diese Veränderung verleiht unserer Marke ein selbstbewusstes und souveränes Erscheinungsbild, das die Verbindung von Tradition und Moderne widerspiegelt“, erklärt Geschäftsführer Gerlach-von Waldthausen begeistert.

Ein weiteres Statement ist das klare und zeitgemäße Verpackungsdesign, das eine Besonderheit aufweist: Die Verpackungen sind mit exklusiven Pflanzenzeichnungen verziert, die die Hauptinhaltsstoffe und die Naturverbundenheit der Marke repräsentieren. Diese Kunstwerke stammen von einem versierten Apotheker und Illustrator – basierend auf einer globalen Ausschreibung. Sie erinnern in ihrem Illustrationsstil an Federzeichnungen aus traditionellen botanischen Bildbänden und Lehrbüchern. Auf den GEHWOL Produkten abgebildet, setzen sie die jeweiligen Wirkstoffe stilvoll in Szene. Darüber hinaus wurden mit Grau, Blau- und Grüntönen klare Farben gewählt, welche die Produkte ihren jeweiligen Linien zuordnen und Produktlinien besser erkennen lassen.

Ein ganzer Fußpflegekosmos unter einer Dachmarke

Die Eduard Gerlach GmbH umfasst einen Fußpflegekosmos, der weit über die Produkte und Präparate des Hauses hinausgeht. Mit einer neuen Markenarchitektur werden künftig alle fußbezogenen Marken, Marken-Linien und Dienstleistungen des Unternehmens unter der Dachmarke GEHWOL zusammengebracht. Die Neusortierung der Untermarken GEHWOL FUSSKRAFT, GEHWOL FUSSKRAFT Soft Feet, GEHWOL MED, GEHWOL CLASSIC, GEHWOL TECH (ehemals Gerlach Technik), GEHWOL PROFESSIONAL und GEHWOL ACADEMY bietet damit eine einheitliche Markenwelt, die im neuen visuellen Erscheinungsbild präsentiert wird. Jede Untermarke erhält zudem eine spezifische Farbgebung als prägendes Stilmittel, um die Vielfalt der angebotenen Produkte und Dienstleistungen hervorzuheben und gleichzeitig die klare Markenidentität zu bewahren.

Relaunch startet mit GEHWOL FUSSKRAFT

Der Relaunch beginnt mit der exklusiven Marke für Fußspezialisten, GEHWOL FUSSKRAFT. Ab Januar 2024 wird diese Produktlinie im neuen Design für Fußpflege- und Podologiepraxen sowie Kosmetikinstitute verfügbar sein. Neben dem neuen Erscheinungsbild erfolgt auch eine Umbenennung der Produkte und so wird zum Beispiel aus GEHWOL FUSSKRAFT Grün die GEHWOL FUSSKRAFT Pflege Creme. Die Neubenennung soll dazu beitragen, dass die Pflegeleistungen der Produkte künftig schneller erkennbar sind. Im Laufe des Jahres wird das neue Design auf alle weiteren Untermarken ausgedehnt und begleitet von neuen Werbemitteln in den Fachhandel gebracht, um die neue Markenidentität auch in die Praxen zu bringen.

Langfassung: 6.170 Zeichen inkl. Leerzeichen



Abb. 1: Auf den Fußgeschrieben: Das Fußmanifest erklärt als Leitbild das Selbstverständnis der Marke

Abb.2: GEHWOL bewegt! Das neue Logo steht für eine klare und selbstbewusste Markenbotschaft

Abb.3: Im neuen Design ist das Sortiment von GEHWOL FUSSKRAFT zum Jahreswechsel erhältlich

Abdruck honorarfrei / Beleg erbeten

Herausgeber:

EDUARD GERLACH GmbH

Bäckerstr. 4-8, 32312 Lübbecke | www.gehwol.de

Pressekontakt:

Dorothea Küsters Life Science Communications GmbH

Falkstraße 5, 60487 Frankfurt, Fax: 069 / 61 998-10

Dirk Fischer, Tel.: 069 / 61 998-21 | dirk.fischer@dkcommunications.de

Lisa Viel, Tel.: 069 / 61 998-180 | lisa.viel@dkcommunications.de

Presseportal: newsdesk.gehwol.de