



PRESSEMITTEILUNG 21/06/23

## ***Kompletter Relaunch: Schwalbe stellt neue Markenpositionierung vor***

*Markenauftritt wird konsequent neu gedacht und unter dem Claim „Get there“ gebündelt*



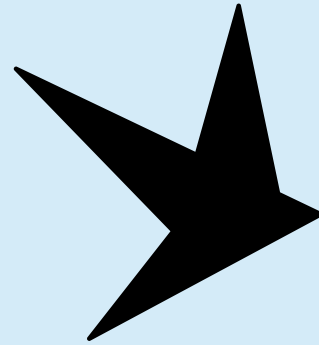
Im Jahr des 50. Geburtstages von Schwalbe stellt sich die Marke für die Zukunft neu auf. Pünktlich zur Eurobike 2023 in Frankfurt präsentiert sich Schwalbe mit neuem Logo, neuer Farbe und einem konsequent gedachten neuen Markenauftritt. In vielen Gesprächen intern und mit Partnerinnen und Partnern hat sich Schwalbe den Kern der eigenen Erfolgsgeschichte herausgearbeitet und als Markenpositionierung für die Zukunft festgehalten: Bewegende Zuversicht ist das, was die Menschen bei Schwalbe und der dahinterstehenden Ralf Bohle GmbH seit so vielen Jahrzehnten antreibt. Gleichzeitig ist es das, was Schwalbe mit der Qualität seiner Reifen seinen Kunden vermitteln will.

Zum Ausdruck kommt diese Botschaft im neuen Markenclaim: Get there. Ein Claim, der gleichermaßen Versprechen wie motivierender Zuruf ist: Fangen wir einfach an. Wir werden unser Ziel erreichen, wo immer es sein mag. Das ist die Haltung, die auch schon den Marathon und viele weitere Reifen-Highlights der vergangenen Jahrzehnte hervorgebracht hat.

Auch der Markenauftritt wurde konsequent neu gedacht. Er soll sichtbar und erlebbar machen, was Schwalbe verspricht und bietet. Genau das präsentiert Schwalbe erstmals zur Eurobike 2023 in Frankfurt, begleitet von einem ebenso konsequent neu gestalteten Messestand, einer umfangreichen analogen und digitalen Kommunikationskampagne – und selbstverständlich auch mit weltweit einzigartigen neuen Reifenmodellen.

Hier ist vor allem der Green Marathon hervorzuheben, der als erster Reifen weltweit den Kreislauf schließt und unter anderem aus recycelten Reifen hergestellt wurde. Mit insgesamt 70% recycelten und nachwachsenden Materialien setzt er den neuen Maßstab für Umweltfreundlichkeit in der Reifenentwicklung – und den Ausgangspunkt für die umweltfreundliche Optimierung aller Schwalbe-Produkte. Philipp Jahn, Brand Manager bei Schwalbe: „Unsere ökologische Verantwortung für unsere Produkte treiben wir als Pionier in Schlauch- und Reifenrecycling voran – sie findet im Green Marathon den nächsten Meilenstein. Gleichzeitig braucht es eine gemeinsame Anstrengung aller zur Stärkung der Fahrradkultur für eine umweltfreundlichere Mobilität. Schwalbe möchte aus der Zuversicht heraus, dass wir wirklich etwas erreichen können, eine treibende Kraft dieser Bewegung sein.“

Auf dem Weg vom Hidden-Champion aus dem Bergischen Land ist Schwalbe zu einer internationalen Marke für hochwertige Fahrradreifen geworden. Mit mittlerweile rund 200 Mitarbeitenden in der Unternehmenszentrale in Reichshof und einem Umsatz in 2022 in Höhe von 335 Millionen Euro.



## **Schwalbe. Get there.**

