



ECHT. FRUCHTIG. ERFRISCHEND.

Presseausendung
01/26

PRESSE INFORMATION

Neues Design zum Jubiläum: Libella startet modern ins 75. Jahr

Der Geschmack bleibt unverändert

Heidelberg, 15. Februar 2026 - Zum 75-jährigen Jubiläum präsentiert sich Libella ab Frühjahr 2026 in einem umfassend überarbeiteten Design. Der neue Markenauftritt ist klar, modern und aufmerksamkeitsstark - und bleibt dabei bewusst der Herkunft der Marke treu. Das neue Design betrifft nur den visuellen Auftritt. Der erfolgreiche Geschmack des Libella Sortiments wurde nicht verändert. Libella schmeckt so, wie Generationen sie kennen und schätzen.

Der Relaunch stellt die Marke Libella in den Mittelpunkt und übersetzt ihre Tradition konsequent in ein zeitgemäßes Erscheinungsbild. Das neue Design wurde für alle Gebinde entwickelt - von der klassischen Glasflasche über den wachsenden PET-Markt bis hin zur bevorstehenden Einführung von Libella in Dosen in ausgewählten Märkten. Modernisierte Markenelemente sorgen für eine klare Wiedererkennbarkeit am POS und stärken zugleich die Relevanz der Marke für eine jüngere, qualitätsbewusste Zielgruppe. So positioniert sich Libella als Traditionsmarke, die sich weiterentwickelt, ohne ihren Ursprung aus dem Blick zu verlieren.

„Unser neues Design ist ein klares Bekenntnis zur Geschichte von Libella - und gleichzeitig ein Versprechen an die Zukunft“, sagt Patrick Schmidt, Leiter Marketing Libella. „Wir modernisieren das Erscheinungsbild, ohne unsere Wurzeln zu verlieren. Der Geschmack, der Libella seit Jahrzehnten ausmacht, bleibt unverändert“, ergänzt Heinz Holzmann, Vertriebsleiter Libella.

Begleitend zum Re-Design feiert Libella das Jubiläum mit einem großen **Gewinnspiel von 1. Mai bis 30. September 2026** rund um den Topseller Cola Mix, das den Handel zusätzlich aktiviert und Konsumenten zum Mitmachen einlädt. Im Mittelpunkt der Kommunikation steht jedoch klar der Markenauftritt: 75 Jahre Libella - neu gestaltet, vertraut im Geschmack.

Hintergrund - Die Marke Libella

Bereits in den 1930er-Jahren legte der Unternehmer Rudolf Wild den Grundstein für eine neue Generation von Erfrischungsgetränken. Sein Anspruch: Getränke ohne künstliche Farb- und Aromastoffe. 1951 wurde Libella offiziell eingeführt - ein Fruchtsaftgetränk auf natürlicher Basis, das schnell große Popularität erlangte.

In den 1950er-Jahren prägten das „Libella-Mädchen“ und der Slogan „Libella, meine große Liebe“ das Markenbild und machten Libella zu einem festen Bestandteil der deutschen Alltagskultur. Ein zentraler Erfolgsfaktor war das früh etablierte Lizenzsystem mit regionalen Abfüllpartnern, das für kurze Transportwege, Regionalität, Nachhaltigkeit und hohe Qualität steht.

Heute ist Libella eine Marke der ADM WILD Europe GmbH & Co. KG und wird von über 16 Lizenzpartnern im süddeutschen Raum abgefüllt. Das Sortiment umfasst klassische Limonaden, Colagetränke, Fruchtsaftgetränke, Sportgetränke, Schorlen, Eistees sowie zuckerfreie Varianten. Seit 75 Jahren verbindet Libella Tradition mit Zeitgeist - und bleibt dabei ihrem Qualitätsanspruch treu.

Pressekontakt: Patrick Schmidt | libella@adm.com | www.libella.de

LIBELLA | ECHT. FRUCHTIG. ERFRISCHEND.