

Neue Designs und klare Vorteile: Leifheit relaucht das Bügel-Segment

Frischer Look, bessere Orientierung am POS und mehr Kaufimpulse für die Kategorie „Bügeln“

Nassau, 16. März 2026 – Leifheit bringt frischen Schwung in das Bügel-Segment: Ab März 2026 präsentiert sich das gesamte Sortiment der Bügeltische und Bügeltischbezüge in modernisierten Designs, klarer Struktur im Regal und einem komplett überarbeiteten Verpackungskonzept. Ziel ist es, die Kaufentscheidung am POS zu erleichtern und der Warengruppe neue Kaufimpulse zu geben. Der Relaunch des Bügel-Sortiments markiert zugleich den Startschuss für einen umfassenden Markenrelaunch von Leifheit. Weitere Informationen finden Sie unter www.leifheit.de.

Grundlage des Relaunchs sind internationale Marktforschungen¹, die klar zeigen, worauf Verbraucher Wert legen: Langlebigkeit, einfaches Aufziehen, nachhaltige Materialien und ein ansprechendes Design. Leifheit übersetzt diese Anforderungen konsequent in das Produkt. Hochwertige Materialien, wie natürliche Baumwolle und langlebiges Molton sowie ein optimiertes Nachspannsystem sorgen für sicheren Sitz und komfortables Handling im Alltag. Technologien wie Thermo Reflect oder Heat Reflect reflektieren Hitze und Dampf und machen das Bügeln leichter und effizienter – ein klarer Mehrwert für Verbraucher, die ihre Hausarbeit zeitsparend erledigen möchten. Alle Bezüge sind darüber hinaus Öko-Tex-zertifiziert.

Neue Designs setzen Kaufimpulse

Mit neu entwickelten Designs wird das Sortiment moderner, klarer und stärker differenziert. Bewährte Bestseller, die in der Marktforschung hervorragend abgeschnitten haben, bleiben erhalten, neue Looks bringen frische Kaufanreize in das Regal. Dass genau diese Impulse Mehrwert im Handel schaffen, zeigt auch der Verbraucher-Trend: 90 Prozent der Nutzer wechseln ihren Bügeltischbezug mindestens alle drei Jahre.

¹ Quelle: Ears and Eyes-Onlinebefragungen, 2025

Unternehmenskontakt:

Leifheit AG
Barbara Horn
Leifheitstraße 1, 56377 Nassau
Tel.: 02604/977-0
E-Mail: barbara.horn@leifheit.com

Pressekontakt:

PUNKT PR GmbH
Benjamin Kolthoff
Völckersstraße 44, 22765 Hamburg
Tel.: 040/853760-0
E-Mail: info@punkt-pr.de

Neues Packaging: Mehr Orientierung auf weniger Fläche

Ein zentrales Element des Relaunchs ist das komplett neu entwickelte Verpackungsdesign. Damit reagiert Leifheit auf kleinere Regalflächen am POS und unterstützt Händler dabei, eine größere Produktauswahl auf begrenztem Raum zu präsentieren.

Wichtige Produktinformationen sind nun zusätzlich seitlich auf der Verpackung platziert. Dadurch können Bügeltischbezüge auch seitlich im Regal positioniert werden, ohne dass die Orientierung für Kundinnen und Kunden verloren geht. Klare Farbcodierungen helfen dabei, die verschiedenen Produktvarianten auf einen Blick zu unterscheiden. Der jeweilige Hauptnutzen steht deutlich sichtbar im Fokus, während zusätzliche Features über leicht verständliche Icons kommuniziert werden.

Im Zuge der Umstellung werden außerdem die Verpackungen der Bügeltischbezüge auf 100 Prozent Recyclinganteil umgestellt. Gleichzeitig wurden die Verpackungsmaße optimiert, um Logistikprozesse effizienter zu gestalten.

Mehrwert für Handel und Verbraucher

Der Marktstart des neuen Bügeltisch-Portfolios ist im März 2026. Die unverbindlichen Preisempfehlungen liegen bei den Ersatzbezügen künftig zwischen 7,99 € und 22,99 € und bei den Bügeltischen zwischen 39,99 € und 99,99 €. Mit dem Relaunch stärkt Leifheit die Kategorie „Bügeln“ durch ein klar strukturiertes Sortiment, verbraucherrelevante Vorteile und eine deutlich verbesserte Orientierung am POS – und schafft so neue Impulse für Handel und Endkunden.

Startschuss für Leifheit Markenrelaunch

Der Relaunch des Bügeltisch-Sortiments bildet zugleich den Auftakt zur Umsetzung eines umfassenden Markenrelaunchs von Leifheit. Mit der Neugestaltung des Segments „Bügeln“ startet das Unternehmen die schrittweise Weiterentwicklung seiner Marke. In den kommenden Monaten folgen weitere Maßnahmen in den Kategorien „Reinigen“ und „Trocknen“.

Der Markenrelaunch zeigt sich unter anderem in einer überarbeiteten Produktgestaltung und einem neuen Verpackungskonzept. Mittel- bis langfristig werden die Produktfarben kategorienübergreifend stärker vereinheitlicht – unter anderem mit der markentypischen Farbe Türkis für die Bereiche Wäsche und Reinigung. Ergänzend sorgt die seitliche Verpackung und ein klares Farbcodierungssystem auf den Verpackungen für eine bessere Orien-

Unternehmenskontakt:

Leifheit AG
Barbara Horn
Leifheitstraße 1, 56377 Nassau
Tel.: 02604/977-0
E-Mail: barbara.horn@leifheit.com

Pressekontakt:

PUNKT PR GmbH
Benjamin Kolthoff
Völckersstraße 44, 22765 Hamburg
Tel.: 040/853760-0
E-Mail: info@punkt-pr.de

tierung am Regal, erleichtert die Zuordnung zu unterschiedlichen Produktvorteilen und unterstützt gleichzeitig Handel und Verbraucher bei der schnellen Auswahl im zunehmend kompakter werdenden POS-Umfeld.

Weitere Informationen zu den Produkten von Leifheit finden Sie unter www.leifheit.de

Über Leifheit:

Seit Jahrzehnten vertrauen Millionen Menschen bei der Hausarbeit auf die Marke Leifheit. In Deutschland benutzen 30 Millionen Haushalte mindestens ein Produkt der Marke Leifheit und alle 1,5 Sekunden wird irgendwo auf der Welt ein Leifheit-Produkt gekauft. Die hochwertigen und zuverlässigen Produkte für ein „Sauberes Zuhause“, „Frische Wäsche“ und die „Clevere Küche“ stehen für Funktionalität und Zeitersparnis.

Unternehmenskontakt:

Leifheit AG
Barbara Horn
Leifheitstraße 1, 56377 Nassau
Tel.: 02604/977-0
E-Mail: barbara.horn@leifheit.com

Pressekontakt:

PUNKT PR GmbH
Benjamin Kolthoff
Völckersstraße 44, 22765 Hamburg
Tel.: 040/853760-0
E-Mail: info@punkt-pr.de