



ECHT GUT. ECHT GLÜCKLICH.

NEUES ERSCHEINUNGSBILD, KLARE HALTUNG: HOSTA ZEIGT GESICHT MIT NEUEM DESIGN ZUR ÜBERARBEITETEN IDENTITÄT

Pressemitteilung

Stimpfach, 05. August 2025. Der traditionsreiche Süßwarenhersteller HOSTA präsentiert sich ab sofort im neuen Look: Mit einem überarbeiteten Corporate Design, neuem Logo und frischer Website startet das Familienunternehmen einen Corporate Relaunch. Der neue Unternehmensclaim „Echt gut. Echt glücklich.“ bringt die neue Ausrichtung auf den Punkt und setzt ein sichtbares Zeichen für ein modernes Selbstverständnis.

Hosta Anspruch

Unsere Wurzeln >



Hosta Genuss

Unsere Marken >



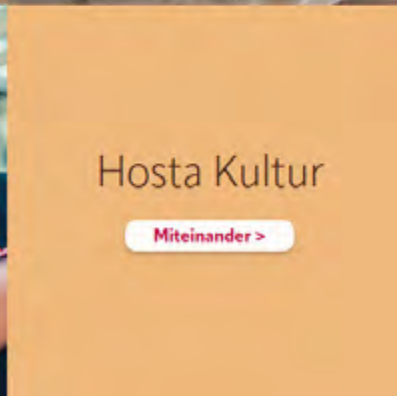
Hosta Zukunft

Verantwortung >



Hosta Kultur

Miteinander >



Von der Vision zum Wandel

Mit viel Liebe zum Detail arbeitete HOSTA an einer umfassenden Neuausrichtung des Unternehmensleitbildes. Impulsgeber dafür war das unternehmensinterne Transformationsprogramm Hostafari. Dieses hat CEO Laura Opferkuch initiiert, um eine für sie wichtige wertebasierte Entwicklung voranzutreiben. Dabei wurde gemeinsam mit den Mitarbeitenden im Rahmen von Workshops das neue Unternehmensleitbild inklusive Vision, Mission und Werteverständnis entwickelt. In Kombination mit den Unternehmenswerten authentisch, wertschätzend und innovativ möchte HOSTA Genuss- und Glücksmomente für Verbraucher wie Mitarbeitende – ganz im Sinne der neuen Mission: dass es uns und anderen dauerhaft gut geht.

Mehr Sichtbarkeit für Haltung und Marken

Der Relaunch schärft das gesamte Corporate Image von HOSTA – mit einem besonderen Fokus auf die Positionierung als Arbeitgeber- und Herstellermarke. Das Familienunternehmen steht nicht nur für hochwertige Süßwaren, sondern zeigt sich auch als moderner und attraktiver Arbeitgeber. Auf Produktebene stehen die starken Marken nippon, Mr. Tom oder ROMY weiterhin im Mittelpunkt. Das neue Unternehmensleitbild wird künftig nicht nur intern gelebt, sondern auch extern klar erkennbar kommuniziert – im Miteinander, in der Sprache und im Erscheinungsbild. Auch intern begleitet HOSTA den Wandel aktiv: Die Mitarbeitenden, die das neue Leitbild mitgestaltet haben, sind auch im weiteren Rollout-Prozess eng eingebunden.

Logo-Relaunch: vertraut und modern zugleich

Ein Kernpunkt des Relaunches ist das neue HOSTA-Logo – eine behutsame Weiterentwicklung des bisherigen Designs, die auf Evolution statt Revolution setzt. „Wir wollten keine radikale Veränderung, sondern ein modernes und sympathisches Logo, das Wiedererkennung garantiert“, erklärt Gössling, Senior Brand Manager bei HOSTA. Der Logoaufbau und die charakteristische Grundfarbe bleiben erhalten, während Schriftbild und Proportionen optimiert wurden. Das alte Logo bestand aus weißer Schrift mit farbigem Rand, nun ist es einfarbig im HOSTA-Rot und dadurch einprägsamer. Ergänzt wird das Logo nun optional durch den neuen Claim: „Echt gut. Echt glücklich.“ Die überarbeitete Typografie, die insgesamt schlanker und beweglicher ist, bringt mehr Frische, Leichtigkeit und Lebensfreude in den Unternehmensauftritt – passend zu Produkten, die Freude bereiten. In diesem Zuge sind ebenfalls die Logos der Gruppen-Unternehmen angepasst worden.



Relaunch der Corporate Website: klar, modern und nutzerfreundlich

Im Zuge des neuen Corporate Designs präsentiert sich auch die Hosta-Website im frischen Look. Mit optimierter Benutzerführung, modernem Design und aktualisierten Inhalten bringt sie das neue Selbstverständnis des Unternehmens auf den Punkt. Neben der visuellen Überarbeitung wurden Inhalte zum Leitbild und zur Unternehmenskultur ergänzt und die Navigation deutlich intuitiver gestaltet. Besonderes Augenmerk lag dabei auf der konsistenten Verankerung der Unternehmenswerte. Diese ziehen sich als verbindendes Element durch die gesamte Website. Sogenannte „Werteanker“ – grafisch hervorgehobene Cubes – machen sie zusätzlich sichtbar und erlebbar. Bald folgen außerdem ein neues Karriereportal und ein überarbeitetes Pressecenter für schnellen Zugriff und reibungslosere Prozesse. Die Website wird damit zum digitalen Aushängeschild für HOSTA. Sie schafft Orientierung für Bewerberinnen und Bewerber, Medienkontakte und Stakeholder – und macht die neue Unternehmensidentität erlebbar.



Tradition trifft Zukunft: Ein modernes Familienunternehmen

Der Relaunch ist Ausdruck einer langfristigen, zukunftsorientierten Unternehmensstrategie. Der Corporate Relaunch erfolgt deshalb bewusst schrittweise im Laufe des Jahres. „Im Sinne der Nachhaltigkeit entsorgen wir vorhandene Materialien nicht vorschnell, sondern stellen gezielt und Stück für Stück um“, erklärt Felix Gössling, Senior Brand Manager bei HOSTA. Neben Investitionen in Marke und Kommunikation arbeitet HOSTA konsequent an der Modernisierung seiner Infrastruktur. Ein Beispiel dafür ist die umfassende Sanierung des Verwaltungsgebäudes, die noch in diesem Jahr abgeschlossen sein soll. Mit den modernisierten Arbeitsplätzen schafft HOSTA nicht nur mehr Raum für Zusammenarbeit, sondern stärkt auch den Anspruch, ein „echt guter“ Arbeitgeber zu sein. Aber auch Nachhaltigkeit und regionale Verantwortung sollen in Zukunft stärker in den Fokus rücken. „Wir glauben an Wandel, ohne unsere Wurzeln zu vergessen“, fasst HOSTA-CEO Laura Opferkuch zusammen. „Unser Anspruch ist: besser werden, dabei aber immer echt bleiben.“

Über die HOSTA-Gruppe

Seit 75 Jahren fertigt HOSTA in Stimpfach (Baden-Württemberg) qualitativ hochwertige Süßwaren. Zum Sortiment gehören Klassiker wie der Erdnussriegel Mr. Tom, das Puffreishäppchen nippon und die Kokos-Schokolade Romy. Alle Produkte erfüllen die strengen Richtlinien des International Food Standard (IFS). Die lange Tradition als Markenhersteller beruht nicht zuletzt auf der gleichbleibenden Qualität aller HOSTA Produkte und den ausnahmslos hochwertigen Rohstoffen, die in ihnen verarbeitet werden. Zur HOSTA-Gruppe gehören Wawel S.A. in Polen, Hosta Meltis Ltd. in Großbritannien und Hosta Italia Srl in Italien. In dritter Generation wird das Familienunternehmen seit 2019 von Laura Opferkuch geführt.

Folgen Sie HOSTA im Web

[Website](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#)

Pressekontakt:

Wake up Communications – Agentur für PR und Social Media
 Flügelstraße 47, 40227 Düsseldorf
 Laura Cremers, 0162 3216381
hosta@wakeup-communications.de