



Schöni Food AG
Niedermattstrasse 30
CH-4538 Oberbipp
Tel. 032 636 60 60

Schöni entwickelt sich weiter – mit starken Wurzeln

Manchmal braucht es Mut, um etwas zu verändern, das über 100 Jahre gewachsen ist. Genau das haben die vierte und die fünfte Generation der Familie Schöni in den vergangenen Monaten gemeinsam getan. Mit viel Herzblut, intensiven Diskussionen und einem gemeinsamen Ziel ist ein neues Erscheinungsbild entstanden – eines, das die Geschichte von Schöni würdigt und gleichzeitig den Blick nach vorne richtet.

Oberbipp, 24. September 2026

Seit dem 1. September zeigt sich das Schweizer Familienunternehmen Schöni Food AG mit einem neuen Erscheinungsbild. Dahinter liegt ein intensiver und oft auch emotionaler Prozess. Nicht nur Farben, Schriften und Verpackungen standen dabei zur Diskussion, sondern vor allem die herausfordernde Frage: Wie soll Schöni in Zukunft aussehen, ohne dabei seine Identität zu verlieren?

Generationen zusammenbringen

Wenn zwei Generationen eine Marke gemeinsam weiterentwickeln, so stossen automatisch verschiedene Sichtweisen aufeinander. Dies hat – zusammen mit den Inputs von Fachleuten – den Prozess befruchtet und Schöni genau dem Ziel nähergebracht, das alle gemeinsam verfolgten: Das Auftreten der Marke Schöni soll eine Erfrischung erhalten und auch für junge Menschen zeitgemäss und zugänglich wirken. Gleichzeitig darf der Stolz auf die lange Tradition spürbar bleiben.

Gestartet wurde mit der Diskussion, wofür Schöni steht: Für Familie und gesunde Schweizer Lebensmittel, für Genuss und Leidenschaft. Für Natürlichkeit und die Nähe zur Rohware. Für Tradition und Innovation, für Handwerk und ganz besonders für eine grosse Erfahrung in der Fermentation. Schöni steht aber vor allem für die Menschen, die dahinterstehen, und für die 104-jährige Geschichte des Familienunternehmens – mittlerweile getragen von der vierten und fünften Generation. Auch innovative Neuheiten gehören fest zur Identität. All dies sollte in die neue Markenwelt hineinfließen.

Evolution statt Revolution: Hommage an die Anfänge

«Gemeinsam mit der Zürcher Branding- und Packaging-Agentur allink haben wir uns intensiv damit auseinandergesetzt, was Schöni heute ausmacht und wohin wir uns entwickeln wollen. Dabei war uns wichtig, das, was uns über Generationen geprägt hat, zu bewahren und gleichzeitig Raum für neue Ideen zu schaffen.»

Simone Franz, Marketing & Kommunikation Schöni Food AG





Schöni Food AG
Niedermattstrasse 30
CH-4538 Oberbipp
Tel. 032 636 60 60

Das Ergebnis ist ein Erscheinungsbild, das beide Generationen begeistert und die gemeinsame Weiterentwicklung der Marke sichtbar macht.

Das Schöni – Logo: Geschichte neu interpretiert

Dass Herkunft und Zukunft Hand in Hand gehen, spiegelt sich bereits im neu gestalteten Schöni-Schriftzug wider. Das Design schlägt eine Brücke zur eigenen Geschichte und greift Elemente des ersten Firmenlogos auf, das die Marke von 1920 bis 1998 prägte. Gleichzeitig verleiht die moderne Handschriften-Optik dem Logo eine spürbare Leichtigkeit und Natürlichkeit – Qualitäten, die direkt auf das Produktsortiment einzahlen. Ein dynamischer Schwung symbolisiert dabei die Bewegung und Flexibilität, mit der das Unternehmen im Markt agiert. Als bewusster Akzent wurde das „Schöni-S“ extra frech und dynamisch inszeniert, um dem Auftritt eine jugendliche Frische zu verleihen.

Neu im Logo verankert ist zudem das Schweizerkreuz. Es unterstreicht unmissverständlich die Identität als Schweizer Familienunternehmen, das auf den Produktionsstandort Schweiz sowie auf den Bezug heimischer Rohwaren setzt.

Neues Qualitätssiegel: «Feines vom Feld – seit 1920»

Als zentrales visuelles Versprechen zielt ab sofort das Siegel „Feines vom Feld – seit 1920“ die Produkte. Das Siegel fungiert als klares Qualitätsmerkmal: Es verbindet erstklassige, naturbelassene Rohstoffe mit einer über ein Jahrhundert gewachsenen Expertise und handwerklichen Tradition.

Eine Marke, ein klareres Bild

Mit der Weiterentwicklung rückt die Dachmarke Schöni wieder stärker ins Zentrum. Bisher eigenständige Submarken wie «Fermenti by Schöni» und «La Cuisine Sousvide» werden unter Schöni gebündelt. Ziel sind ein klares, einheitliches Markenbild und mehr Präsenz im Regal.

Auch die Verpackungen wurden überarbeitet. Eine reduzierte Gestaltung, eine klare Bildsprache und ein neues Farbsystem sorgen für Orientierung und Wiedererkennung. Die vertrauten Klassiker bleiben dabei auf den ersten Blick erkennbar, treten aber klarer, eigenständiger und zeitgemässer auf.

Auch die Website wurde neugestaltet und bündelt Produkte, Rezepte, Geschichten und Einblicke in das Unternehmen und in das, was Schöni wichtig ist.





Schöni Food AG
Niedermattstrasse 30
CH-4538 Oberbipp
Tel. 032 636 60 60

«Wir wollen unsere Wurzeln pflegen und gleichzeitig mutig nach vorne schauen. Das neue Branding zeigt genau das: Evolution statt Revolution.»

Jonas Schöni, 5. Generation Schöni Food AG

Seit über 100 Jahren wird bei Schöni fermentiert, ausprobiert und weitergedacht. Was eine Generation aufgebaut hat, wurde von der nächsten weitergeführt und immer wieder neu geprägt. Der neue Auftritt steht deshalb nicht für einen Neuanfang, sondern für den nächsten Schritt in einer langen Familiengeschichte.

Über Schöni Food

Die Schöni Food AG aus Oberbipp ist Schweizer Marktführerin für fermentierte Produkte wie Sauerkraut und Kimchi. Zudem hat sich Schöni zu einem führenden Anbieter von veredelten Gemüseprodukten aus Randen, Rotkohl und Hülsenfrüchten entwickelt.

Das Unternehmen verbindet 104 Jahre Handwerkstradition in 4. und 5. Generation mit modernen Food-Trends.

Pressekontakt:

Schöni Food AG

Simone Franz
Marketing & Kommunikation
Niedermattstrasse 30
CH-4538 Oberbipp
Tel. +41 32 636 60 97
simone.franz@schoenifood.ch

www.schoenifood.ch

