



LEONARDO

PRESSEMITTEILUNG | JANUAR 2026



BASSO Champagnerschale

Neue Strategien und starke Sortimente: LEONARDO stellt sich für die Zukunft auf

Mit spannenden Produktneuheiten, durchdachten Marketingaktivitäten auf allen Kanälen und innovativen Vertriebsansätzen startet LEONARDO aktiv in das Jahr 2026. Damit präsentiert sich das Unternehmen einmal mehr als Vorreiter, wenn es um die Umsetzung von zukunftsfähigen Markenstrategien geht und als starker Partner für den Fachhandel.

Sortimentsvielfalt von Basic bis Premium

2026 setzt LEONARDO bei seinen Sortimenten noch stärker auf Differenzierung und Fokussierung und bleibt damit eine unverzichtbare Marke für den Handel – und zwar für jedes Preis- und Kundensegment. Möglich macht das die durchdachte Sortimentspyramide: ein aufeinander aufbauendes Sortiment, das für die jeweilige Zielgruppe die entsprechenden Produkte bereithält.



LEONARDO

PRESSEMITTEILUNG | JANUAR 2026

Beginnend mit Specials und Aktionen, geht es weiter zu zeitlosen Basics, mit denen sich Kund:innen eine umfassende Grundausstattung zulegen können. Neu ist hier dieses Jahr unter anderem die Kollektion BASSO, eine Glasserie aus hochwertigem Borosilikatglas, bestehend aus drei mundgeblasenen Allround-Gläsern, die sich für nahezu jeden Drink eignen – perfekt für die erste Wohnung oder auch als Geschenk.

Eine Ebene weiter dreht sich alles um Themen und Trends, also um saisonale und anlassbezogene Produkte, die das Sortiment auch auf emotionaler Ebene erweitern. Hier ergänzt LEONARDO dieses Jahr beispielsweise die beliebte Serie EMOZIONE um brandneue Dekore und zelebriert den Alltag mit gefühlvollen Botschaften.

Ganz oben in der Pyramide stehen die Premium-Produkte, die durch höchste handwerkliche Qualität überzeugen und für einen wahren Wow-Effekt sorgen. Unikate wie die neue, für den German Design Award nominierte Objektvase SOPHIA, die die Kollektion BUONI AMICI dieses Jahr ergänzt, sind echte Designstatements. Mit zeitloser Eleganz und italienischem Flair bereichert SOPHIA als sechste Figur das Ensemble aus dekorativen Vasen. Sie besticht durch die typische Materialkombination: ein Kopf aus FSC®-zertifiziertem Holz, eine Perlenkette aus hochglänzend glasierter Keramik und ein Körper aus edlem Opalglas.

Aktivität und Flexibilität auf allen Kanälen

Seit jeher ist die Marke LEONARDO bekannt dafür, dass sie am Puls der Zeit agiert, dass sie aktuellen Trends Rechnung trägt und selbst Trends schafft. Als aktive Marke in allen Bereichen treibt LEONARDO daher auch neue Marketing-, Vertriebs- und Serviceansätze voran. So setzt das Familienunternehmen verstärkt auf einen dialogorientierten Marketingansatz, auf Social Commerce, Influencer- und Markenkooperationen sowie auf Eventmarketing.

Ganz wichtig bleibt für LEONARDO auch weiterhin der Fachhandel. Um diese wichtige Zusammenarbeit weiter zu stärken, dem Fachhandel mehr Flexibilität zu ermöglichen und ihn zu entlasten, bietet das Unternehmen seinen stationären Top-Partnern nun auch die Option Dropshipping an. Das heißt: Die Produktauswahl erfolgt beim Fachhändler, Bestellung und Versand übernimmt LEONARDO direkt an den Endkunden. Die Vorteile für den Fachhandel liegen auf der Hand: Reduzierung der Lagerbestände, weniger Logistikaufwand, Risikominimierung und flexiblere Handlungsspielräume sind nur einige davon.

Mit dieser umfassenden Strategie geht die Marke LEONARDO positiv in die Zukunft und stellt für den Fachhandel weiterhin einen verlässlichen Partner dar, der mit frischen Ideen, Innovationskraft und einem unverwechselbaren Sortiment überzeugt.



LEONARDO

PRESSEMITTEILUNG | JANUAR 2026



BASSO



EMOZIONE



BUONI AMICI - SOPHIA



LEONARDO

PRESSEMITTEILUNG | JANUAR 2026



BUONI AMICI - SOPHIA

Fotos: LEONARDO / glaskoch

Mehr Informationen: www.leonardo.de

Kontakt:

GeSK Berlin

Gabriele von Molitor

Geschäftsführerin

Fon: +49 30 217 50 460

E-Mail: molitor@gesk.berlin

glaskoch B. Koch jr. GmbH + Co. KG

Ira Hollmann

Marketing

Fon: +49 5253 86 170

E-Mail: Ira.Hollmann@glaskoch.com