



Pressemitteilung

Deutschlands bekannteste Cannabis-Brand im neuen Gewand:

Wie vaay durch ein aktuelles Rebranding die Bedeutung individueller Selbstentfaltung betonen will

Berlin, 20.06.2023 – Den Zauber im Alltäglichen finden, sich von kleinen und großen Freuden inspirieren lassen und die eigene Kreativität ausleben – das ist der Gedanke hinter dem „neuen“ vaay. Die Berliner Cannabis-Lifestyle-Marke, die zum Cannabis-Unternehmen Sanity Group gehört, wurde einem umfangreichen Rebranding unterzogen. In den Produktkategorien *Snooze*, *Unwind* und *Activate* gibt es alte und neue Lieblinge im frischen Gewand und mit einer klaren Message: Dream big! Eine der bekanntesten deutschen Cannabis-Marken möchte Menschen ermutigen, über den Tellerrand zu schauen, Neues auszuprobieren und kreative Potenziale freizusetzen. Im Fokus stehen dabei der individuelle Ausdruck, das Gefühl von Freiheit und ein Quäntchen Wagemut.

Die eigenen Grenzen überwinden und dabei auch mal über den Rand hinaus malen – all das schwingt im neuen Markenauftritt von vaay mit. Passend dazu erstrahlen Portfolio und Corporate-Design im neuen, unangepassten Look, geprägt durch ein intensives Farbspiel und den Verzicht auf klare Formen. Anders als das bisherige Markenerlebnis tritt das neue vaay weniger geradlinig auf und sagt: Trau dich, dich selbst herauszufordern!

„Dare to colour outside the lines“

In diesem Sinne lanciert vaay zum Relaunch zudem auch wiederverwendbare Vape-Pens. Anders als bisher lassen sich die Kartuschen mit den vier frischen und ebenfalls neu entwickelten Geschmacksrichtungen „Fullmoon“, „Blueberry Kush“, „Super Lemon Haze“ und „Royal Gorilla“ auf dem Pen einfach austauschen – für einen noch entspannteren Genuss ganz ohne schlechtes Gewissen. Die Geschmacksrichtungen sind dabei an die Sorten von vaays Schwestermarke AVAAY Medical angelehnt. Im weiteren Sortiment finden sich einige bekannte Bestseller im neuen Gewand, darunter „Keep Moving“ (ehemals CBD-Aktivgel), „Dive In“ (ehemals Hanf-Sleep-Spray) und „Soften Up“ (ehemals Haut- und Massage-Öl). Gleichzeitig ist die Marke aktiv mit der Weiterentwicklung des Portfolios ganz im Rahmen der neuen Ausrichtung beschäftigt; neue Produkte sollen in Kürze folgen. Das Hauptaugenmerk liegt entsprechend darauf, Freiraum für Kreativität, eigene Gedanken und die individuelle Selbstentfaltung schaffen zu können – sei es durch guten Schlaf (Snooze), die Entspannung im stressigen Alltag (Unwind) oder das eigene Maximum an Energie, Fokus und Kreativität (Activate).

Be the change you want to see in the world

Daneben soll die neue Markenidentität auch dazu ermutigen, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und die Veränderungen zu verkörpern, die wir uns wünschen. Besonders eines steht dabei im Fokus: das Potenzial der Cannabispflanze. Diesem kommt bei vaay viel Aufmerksamkeit zu, denn die Marke setzt schon jetzt auf natürliche Hanfextrakte, in denen Cannabinoide wie CBD und Terpene naturgemäß enthalten sind. Anders als das weitaus bekanntere und (noch illegale) THC, macht CBD nicht high. Stattdessen wird dem Inhaltsstoff eine entspannende Wirkung nachgesagt, die für alle Produktbereiche von vaay von elementarer Bedeutung für die eigene Selbstentfaltung ist.

vaay

Längerfristig soll die Marke eine Vorreiterrolle im Hinblick auf bewussten Cannabiskonsum einnehmen und so an gesellschaftlicher Relevanz gewinnen. Das Rebranding darf in diesem Zusammenhang daher durchaus als Vorgriff auf eine künftige Cannabislegalisierung in Deutschland verstanden werden.

„Durch den aktuellen politischen Diskurs kommt dem Thema Cannabis mehr Aufmerksamkeit zu als je zuvor. Mit dem vaay-Rebranding möchten wir hier anknüpfen. Wir sehen uns als Vorreiter und möchten Cannabis in die Mitte der Gesellschaft zurückbringen – denn die Pflanze hat ein unglaubliches Potenzial und diverse gute Inhaltsstoffe. Unsere Produkte sollen auf ungezwungene Art und Weise dazu anregen, sich dem Potenzial der Pflanze zu nähern und für individuelle Erfahrungen kennenzulernen“, so Finn Hänsel, Gründer von vaay und der Sanity Group. Im Fokus stehe dabei natürlich immer auch das Vertrauen der Konsument:innen, dass alle Produkte wissenschaftlich fundiert und nach höchsten Qualitätsstandards entwickelt werden.

Weitere Informationen, Bildmaterial und Zitate finden Sie unter www.vaay.com/presse.



Über VAAAY

vaay ist eine der führenden Cannabis-Lifestyle-Marken in Deutschland. Seit 2019 steht die Berliner Brand für hochqualitative CBD-Kosmetik und hanfbasierte Lifestyle-Produkte zur Förderung von Ausgeglichenheit und Achtsamkeit im Alltag. Die Mission: alltägliche Erfahrungen zu verbessern, damit sich Kreativität grenzenlos entfalten kann. vaay ist eine Marke des Cannabisunternehmens Sanity Group, das u. a. von Investoren wie Snoop Dogg (Casa Verde Capital), Will.i.am (Black Eyed Peas), Klaas Heufer-Umlauf und André Schürkle unterstützt wird. Weitere Informationen unter www.vaay.com/presse.

Pressekontakt – Inhouse

Thilo Grösch | Head of Public Relations & Pressesprecher
E-Mail: thilo.groesch@sanitygroup.com | presse@vaay.com
Tel.: +49 (0)30 80093764
www.vaay.com/presse

Pressekontakt – Agentur

SGC
Hanna Purnhagen | Account Executive
E-Mail: hanna@sgc-agency.com
Tel.: +49 (0)40 2093482331

Malin Graumann | Senior Account Executive
E-Mail: malin@sgc-agency.com
Tel.: +49 (0)40 2093482319