

## Mit Sprachwellen fließend sprechen – Lingoda launcht umfassendes Rebranding

- **Europas führende Online-Sprachschule verkündet erstes Rebranding seit der Gründung 2013**
- **Das Rebranding spiegelt Wachstum und Entwicklung des Unternehmens und unterstreicht die Qualität des Lingoda-Sprachlernangebots**
- **Sprachwellen sind das Kernelement des neuen Auftritts und sollen Lernfortschritte der Kunden symbolisieren**

BERLIN, 18. NOVEMBER 2020 // Das Lernen einer neuen Sprache wird immer wichtiger, sei es für die persönliche Entwicklung, die Weiterbildung oder um die Karriere voranzutreiben. Wenn es darum geht, eine Sprache schnell zu sprechen, ist lingoda der effektivste Weg. Denn Europas führende Online-Sprachschule verbindet dazu das Beste aus beiden Welten: Die Expertise einer traditionellen Sprachschule mit zertifizierten, muttersprachlichen Lehrern und die Flexibilität und Bequemlichkeit einer digitalen Lösung. Lingoda launcht das neue Erscheinungsbild, mit Sprachwellen als übergeordnetem Konzept, um seine Position als mutige, moderne und authentische Marke im Sprachlern-Markt zu stärken.

### Die neue Markenidentität von Lingoda symbolisiert den Weg des Sprachenlernens

**Lingoda CEO Michael Shangkuan** war wichtig, dass Lingodas frischer Look und die Mission übereinstimmen: "Wir wollen die Zukunft des Sprachenlernens aktiv gestalten. Durch unser Rebranding haben wir Lingodas Identität auch optisch an dieses Ziel angepasst, um uns auch in Zukunft deutlich als führende Online-Sprachschule zu positionieren."

**Adrian Evans, Creative Director bei Lingoda**, ergänzt: "Wir wollen, dass sich Lingodas Sprachlernkompetenz in der neuen Corporate Identity und dem neuen Logo widerspiegelt, unsere Kunden sollen diese unmittelbar wahrnehmen. Lingodas Marke und Persönlichkeit soll im Sprachlern-Markt herausstechen und gleichzeitig den Lernfortschritt unserer Sprachschüler wiedergeben."

### Der Grund für das Rebranding und die Designelemente

Da bei Lingoda die Kunden immer im Mittelpunkt stehen, sollen sie durch das Rebranding noch stärker in den Fokus gerückt werden. Denn das Ziel ist, eine vertrauensvolle, langfristige Beziehungen zu den Sprachschülern aufzubauen. "Nach umfangreichen Recherchen in unserem bestehenden Kundenstamm und nachdem wir verstanden haben, was sie wollen, worauf sie reagieren und was sie bevorzugen, haben wir die Markenstrategie so gestaltet, dass sie perfekt auf diese eingeht", erklärt Evans.

Das Konzept des neuen Markendesigns basiert auf Elementen der Bewegung und des Fortschritts mit auffälligen, schwungvollen Farbverläufen. Das übergeordnete Design-Thema sind Sprachwellen, die das Studium einer neuen Sprache und den kontinuierlichen Fortschritt widerspiegeln.

Die gesamte Rebranding-Strategie und -Produktion, die auf allen Kanälen gelauncht wird, wurde komplett inhouse entwickelt.

### **Neue Markenidentität als Nummer eins der Online-Sprachschulen**

Lingoda wurde 2013 gegründet und hat über 50.000 Leben verändert, indem sie Schülern das nötige Rüstzeug und die Unterstützung bietet, die sie benötigen, um schnell und fließend eine neue Sprache zu lernen. Dank des digitalen Einzel- und Kleingruppenunterrichts, der rund um die Uhr in Englisch, Business-English, Deutsch, Spanisch und Französisch von qualifizierten muttersprachlichen Lehrern angeboten wird, nutzen immer mehr Schüler Lingoda, um ihre Ziele zu erreichen. Für mehr als 50 % von ihnen ist dabei ihre berufliche Weiterentwicklung der wichtigste Grund für das Erlernen einer Sprache.

Shangkuan, selbst ein Polyglott von sechs Sprachen, betont, dass "wir um den zentralen Live-Unterricht herum ein umfassendes Sprachlern-Ökosystem aufbauen, das es bisher auf dem Markt nicht gab. Wir wollen selbst den vielbeschäftigsten Menschen dabei helfen, eine Sprache zu lernen und ihr volles Potenzial zu entfalten - egal wo und egal wann"

---

### **ÜBER LINGODA**

[Lingoda](#) ist die führende Online-Sprachschule. Seit unserer Gründung 2013 in Berlin bieten wir praktischen und einfach zugänglichen Online-Sprachunterricht in Deutsch, Englisch, Business Englisch, Spanisch und Französisch für über 50.000 Lernende weltweit an. Unsere Privat- und Gruppenstunden mit geringer Teilnehmerzahl werden von über 1.000 qualifizierten muttersprachlichen Lehrkräften unterrichtet. Mit jährlich mehr als 450.000 verfügbaren Stunden, die rund um die Uhr besucht werden können, ist es unsere Mission, das Sprachenlernen auch Menschen mit sehr wenig Zeit zu ermöglichen – jederzeit und überall.

Wir glauben an den kommunikativen Ansatz beim Sprachenlernen: Eine Sprache zu beherrschen bedeutet, selbstbewusst sprechen zu können. Unsere GER-basierten Lernmaterialien sind von Expertinnen und Experten entworfen und konzentrieren sich auf relevante Themen, die für die Interessen, Berufe und Alltagserfahrungen der Teilnehmenden anwendbar sind. Durch unser umfassendes Rotationssystem der Lehrkräfte und die geringe Teilnehmerzahl in Gruppenstunden kommen die Lernenden mit einer Vielzahl unterschiedlicher Aussprachevariationen und Dialekte innerhalb einer Sprache in Kontakt und haben Zeit und Gelegenheit, in jeder Lektion das Sprechen zu üben.

In unserem multikulturellen Team arbeiten 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 30 Ländern mit über 40 Sprachen. Im Jahre 2020 wurde Lingoda von Crunchbase unter den 10 größten Online-Sprachlernunternehmen weltweit genannt. Unsere Bewertung auf Trustpilot liegt bei 4.6, wobei 75 % unserer Bewertungen „hervorragend“ sind, weil wir eine hochwertige und authentische Erfahrung anbieten, durch die Teilnehmende ihre Lernziele erreichen und ihr Leben verändern können. Weitere Information finden Sie unter diesem [Link](#).



**PRESSEMITTEILUNG**

MEDIENANFRAGEN

Benedetta Bellini

International PR Manager

[benedetta.bellini@lingoda.com](mailto:benedetta.bellini@lingoda.com)

[press@lingoda.com](mailto:press@lingoda.com)

+49 (0)152 58744631