

asmodee firar 30-årsjubileum med lanseringen av en ny konsumentfokuserad varumärkesidentitet – "Inspired by Players"

Boulogne-Billancourt och Paris, Frankrike – 3 juni 2025 – asmodee, en global ledare inom sällskapsspel, fyller 30 i år. Idag presenterar företaget sin nya varumärkesidentitet – ett stort steg framåt mot att bli ett levande och synligt konsumentfokuserat varumärke, inspirerat av sina spelare.

asmodee har varit pionjärer inom branschen för sällskapsspel sedan 1995 och har lanserat ikoniska titlar som *Ticket to Ride*®, *CATAN*®, *Dobble*®/Spot it®, *7 Wonders*, *Azul*, *STAR WARS™: Unlimited* och många fler till miljontals spelare världen över. Sällskapsspel är mer populära än någonsin och asmodee är en av de drivande krafterna bakom det. I februari 2025 börsnoterades asmodee och det nya varumärket spelar en viktig roll i att stärka asmodees direkta relation med spelare, samtidigt som företaget befäster sitt anseende när det kommer till kvalitet och innovation.

"Vi på asmodee har gjort det till vår uppgift att skapa meningsfulla, gemensamma upplevelser genom våra spel för att hylla alla spelare", säger Thomas Kægler, vd för asmodee. "Under vår 30-åriga resa inom branschen för sällskapsspel har vårt varumärke inte alltid varit synligt för spelarna. I och med den här varumärkesutvecklingen strävar vi nu efter att förändra det och göra asmodee till ett namn som spelare runt om i världen känner igen, litar på, älskar och efterfrågar."

Det nya varumärket, som utvecklats tillsammans med Publicis Groupes designbyrå Carré Noir, sätter spelare i centrum och inleder ett nytt spännande kapitel på dess 30-åriga resa. Den nya sloganen "Inspired by Players" återspeglar den nya inriktningen. asmodee, som har 21 studios och en portfölj som innehåller över 400 varumärken, fortsätter att vara en drivande kraft inom sällskapsspel genom att lansera innovativa, prisbelönta och framgångsrika spel år efter år.

asmodees omprofilering har utformats för att man ska kunna erbjuda sina spelare en tydligare upplevelse. Genom att ena sitt varumärkesekosystem, samordnar företaget sin interna och externa kommunikation för att ge konsumenter, återförsäljare och partners ett bättre sätt att relatera till varumärket. Reza Bassiri, kreativ chef på Carré Noir, säger: "Som sällskapsspels- och rollspelsentusiast vet jag att det stora utbudet av spel kan kännas överväldigande. Genom att samarbeta med asmodee kring deras nya



varumärkesidentitet hjälpte vi dem att uttrycka sin passion för spel på ett kraftfullt sätt, samtidigt som vi ger spelare ett starkt varumärke som är lätt att känna igen och som de kan lita på. Den nya identiteten kommer att hjälpa kunder att navigera på en konkurrensutsatt marknad och positionera asmodee som en tydlig referenspunkt.”

Med den här utvecklingen stärker asmodee sin position som ledare inom branschen för sällskapsspel, och som en kreativ kraft som spelare kommer att vilja samarbeta med ännu mer.

För mer information, kontakta

asmodee Corporate Communications team

E-post: press@asmodee.com

Om oss

asmodee är en global ledare inom sällskapsspel. Med spelarna som inspiration har asmodee i över 30 år skapat och lanserat fängslande upplevelser att dela tillsammans. Portföljen inkluderar omtyckta spel och varumärken som CATAN®, Ticket to Ride®, Dobble /Spot it!®, 7 Wonders och Exploding Kittens®. asmodee har sitt operativa huvudkontor i Frankrike och är verksamt globalt, med spel i mer än 100 länder världen över. asmodee-koncernens B-aktier är börsnoterade på Nasdaq Stockholm under koden ASMDEE B. Läs mer om asmodee [här](#).

Bifogade bilder

[Asmodee logo](#)

[Thomas Koegler corporate picture](#)

Bifogade filer

[asmodee firar 30-årsjubileum med lanseringen av en ny konsumentfokuserad varumärkesidentitet – "Inspired by Players"](#)

