



Nächster Stopp: Zukunft

„Wir machen unsere Marke und Verpackung zukunftsfit“, freut sich Bernhard Prosser, Geschäftsführer für Verkauf und Marketing bei Egger Getränke.

Egger zeigt sein neues Gewand

Zukunftsfit, aber mit Bedacht auf die alten Wurzeln. So präsentiert die Brauerei Egger ihr neues Design.

ST. PÖLTEN. Die Privatbrauerei Egger aus dem niederösterreichischen St. Pölten-Unterraldberg investiert in ein neues Verpackungsdesign: Die über 40 Mio. jährlich produzierten Bier-Produkte sollen in diesem Frühjahr einen kompletten Packaging-Relaunch erhalten. „Wertvoller Inhalt in wertvoller Verpackung“, lautet das Credo von Martin N. Eicher, Marketingleiter des Unternehmens.

Aus Alt mach Neu

Egger setze auf eine zeitgemäße, bodenständige Weiterentwicklung mit Bedacht auf ihre Wurzeln. „Wir machen unsere Marke und Verpackung zukunftsfit. Der heimische Biermarkt ist in Bewegung und eine kontinuierliche Weiterentwicklung ist die Basis nachhaltigen Erfolgs“, erklärt Bernhard Prosser, Geschäftsführer für Verkauf und

Marketing bei Egger Getränke. Der Design-Relaunch umfasst alle Gebinde sowie neben dem Märzen auch alle weiteren Produkte wie Bock, Radler und das alkoholfreie Egger Zisch. Die neuen Dosen sind seit Februar in der Auslieferung, der Lieferstart der neuen Bierflaschen ist für Ende März 2019 geplant.

Tradition trifft Moderne

„Unsere Braumeister brauen mit viel Leidenschaft und Tradition in einer der modernsten Brauereien Europas. Die hohe Qualität unserer Produkte unterstreichen wir nun auch mit der neuen Verpackung“, ist Eicher überzeugt. Der neue Look verbindet Tradition und Moderne: Das alte Brauereiwappen wurde reaktiviert, die traditionellen Farben, Grün und Rot, beibehalten. Die Verpackungen wurden durch reduzierte Designelemente wie eine

matte Lackierung der Dosen, ein Frischesiegel als Halsetikett und ein neues Flaschen-Relief ergänzt.

Dass das neue Design gut ankommt, belegen durchgeführte Studien der Marktforschung TNS Kantar: Unter anderem konnten der Regalimpact und die Gefälligkeit der neuen Egger-Verpackung verbessert werden. Das Kaufinteresse der Zielgrup-

pen werde durch die neue Verpackung nachweislich gesteigert. „Die Verpackung unserer Produkte ist ein wesentlicher Kontaktpunkt mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten. Wir haben uns daher viel Zeit für das Projekt gegeben. In Summe 18 Monate sind vom Projektstart bis zur ersten Auslieferung vergangen“, erzählt Prosser über den Relaunch-Prozess.

Handtasche mal anders

Eine 0,33 l-Glasflasche ergänzt das Egger-Sortiment. Diesem Produkt habe man besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen. Das Ergebnis ist eine Individualflasche: handlich, inklusive Flaschen-Relief, Frischesiegel und „Twist-Off“-Drehkronkorken. Die Flasche wird im 12er-Pack unter dem Namen „die Egger Männerhandtasche“ erhältlich sein. (nis/red)

