



Thema: Privatbrauerei Egger, Egger Getränke, Bernhard Prosser, Traditionsbrauerei, Egger Zisch, Bier, Privatbrauerei, Egger, egger-bier

URL: http://www.prost-magazin.at/index.php?option=com_c ...

27 02 2019 Letztes Update Mi, 27 Feb 2019 10am



SUCHE



Unterstützt von Österreich, Pharmakonzern, Lebensmittel und Tourismus

- NACHRICHTEN
- AUSGABEN
- MEDIADATEN
- PROST-TV
- GRATIS-ABO
- GASTRO-EVENTS
- GASTRO-JOBS

BEITRÄGE

Privatbrauerei Egger: Starke Investitionen in das Packaging

Details Kategorie: Getränke Veröffentlicht am Mittwoch, 27. Februar 2019 09:23



© Egger Getränke

PREV 1 of 2 NEXT

Die Privatbrauerei Egger aus dem niederösterreichischen St.Pölten-Unterraldberg investiert massiv in ein neues Verpackungsdesign: Die über 40 Mio. jährlich produzierten Bier-Produkte erstrahlen mit Frühjahr in neuem Glanz.

Die Traditionsbrauerei in Familienhand setzt damit auf eine zeitgemäße, bodenständige Weiterentwicklung – mit viel 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 Erfolges. 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“, so 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 ab Februar in der Auslieferung, der Lieferstart der neuen Bierflaschen ist für Ende März geplant.

Richtig gutes Bier in richtig schönem Gewand.

Mit dem Relaunch geht eine massive optische Aufwertung einher. „Es ist Zeit, einiges richtig zu stellen. Die Biere unserer Privatbrauerei gehören zu den meistausgezeichneten Bieren des Landes. Und 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 Martin N. Eicher, Marketingleiter des Unternehmens, überzeugt. „Wertvoller Inhalt in wertvoller Verpackung“, lautet sein Credo. Der neue „look & feel“ verbindet dabei gelungen Tradition und Moderne: So wurde das alte Brauereiwappen wieder reaktiviert, die traditionellen Farben Grün und Rot beibehalten, aber durch zeitgemäße, reduzierte Designelemente wie eine matte Lackierung der Dosen, ein puristisches Frischesiegel als Halsetikett sowie ein wertiges Flaschen-Relief ergänzt.

Dass das neue Design gut ankommt, belegen auch die durchgeführten Studien: Unter anderem konnten der Regalimpact sowie die Gefälligkeit der neuen Egger-Verpackung signifikant verbessert werden. Und auch das Kaufinteresse in neuen Zielgruppen wird durch die neue Verpackung nachweislich gesteigert.[1]

Wachstumsmarkt 0,33 Liter Glasflasche

Ein besonderes Wachstumspotential liegt in der 0,33 Liter Glasflasche. Diesem Produkt hat die Privatbrauerei Egger besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen. Das Ergebnis ist eine neue Individualflasche: Handlich, mit hochwertigem Flaschen-Relief, Frischesiegel und „Twist-Off“-Drehkronkorken. Erhältlich wird die Flasche im 12er-Pack sein, der unter dem Namen „die Egger Männerhandtasche“ angeboten wird.

www.egger-bier.at

1) Quelle: Marktforschung TNS Kantar, August 2018, n = 516

APA OTS NEWS

- Deutscher IS-Kämpfer Martin Lemke im stern: "Meine Frauen und ich, wir haben nie viele Probleme gehabt"
- Wirecard und Besiktas JK, einer der größten Fußballvereine der Türkei, verbessern Fan-Erlebnis für hunderttausende Nutzer mit neuer mobiler App
- EFA Mobile Zeiten – Die große Wiedereröffnungsgala
- Vom Brexit bis zum EU-Außengrenzschutz: Schweizerisch-österreichische Gespräche unter Freunden
- Drei Dinge, die jeder tun kann um Insekten zu schützen
- Einladung Fototermin: 19. Wiener Restaurantwoche
- Holzinger zu Mangelberufsliste: Wirtschaftslobby gescheitert - kaum Anträge noch weniger Anerkennungen
- Schieder: „Essen muss giftfrei werden in Europa!“
- Schuljause: So schmeckt's Kindern, Tieren und Umwelt