

PRESSEINFORMATION

Relaunch

Bubbles, Bubbles, Bubbles: MAGNUS Mineralbrunnen setzt nordische Impulse mit neuem Etikettendesign

Norderstedt im Februar 2011 – Frischer, frecher, freier – MAGNUS Mineralbrunnen startet mit einem überarbeiteten Verpackungsdesign in das Jahr 2011. Mit der Neugestaltung der Etiketten soll der nordische, trendsetzende und fröhliche Charakter der Marke MAGNUS verstärkt werden. Die Umstellung der Etiketten erfolgt im Februar und wird dann schrittweise umgesetzt. Im Rahmen des Relaunchs werden sowohl die Glas-, als auch die PET-Range des Unternehmens mit neuen Etiketten versehen.

„Als mittelständischer Brunnenbetrieb versuchen wir den Aufwand für Marktforschung im Rahmen zu halten“, sagt Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin von MAGNUS Mineralbrunnen, die gleichzeitig für die Marketingstrategie des Brunnens verantwortlich zeichnet. „Wir binden daher Freunde, Kunden und Mitarbeiter in die Entwicklung neuer Produkte mit ein. Das neue Etikettendesign wurde von diesen Gruppen im Vorfeld getestet und die überzeugendste Entwicklung umgesetzt“. Mehr als ein halbes Jahr dauerte der Entwicklungsprozess, bei dem mehr als 20 verschiedene Varianten durchfielen.

Bessere Wiedererkennbarkeit der MAGNUS Markenfamilie

Das neue Etikettendesign lehnt sich deutlicher als bisher an das Corporate Design von MAGNUS Mineralbrunnen an, das aus einem weißen Hintergrund und vielen bunten Blasen, den sogenannten Bubbles besteht. Mit dem neuen Design, der für den Handel bestimmten Produkte, wird einerseits eine gestalterische Brücke zur Gastronomie-Range des Hauses geschlagen und andererseits eine noch klarere Markenzugehörigkeit demonstriert. Beide Designs stehen für sich, sind aber dennoch als Mitglieder der MAGNUS Markenfamilie sofort erkennbar. Gaby Gaßmann: „Die neue Optik bettet sich perfekt in unsere Kommunikationsstrategie ein und schafft gleichzeitig eine höhere Wertigkeit und eine bessere Wiedererkennbarkeit der Marke.“

Mehr Dynamik, mehr Bubbles

Der weiße Hintergrund mit seinem zarten, sortenspezifischen Farbverlauf suggeriert Frische, und Leichtigkeit. Dynamik und Kraft erhält das Etikett durch einen großen Bubble, der die jeweilige Sorte kennzeichnet. „Das Etikett spielt in der Wahrnehmung des Verbrauchers eine zentrale Rolle“, sagt Gaby Gaßmann. „Gerade bei einem Produkt wie natürlichem Mineralwasser ist das Erscheinungsbild einer Marke von entscheidender Bedeutung für den Abverkauf. Das gilt sowohl für unsere Handelsware als auch für die Gastronomie-Range MAGNUS Imperial.“

Mit der Umstellung unterstreicht MAGNUS Mineralbrunnen einmal mehr seinen hohen Design-Anspruch. Im Rahmen der neuen Verpackungsgestaltung wird neben der gesamten Glas-Range auch die PET-Range umgestellt.

Über MAGNUS Mineralbrunnen

Die MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG ist mit mehr als 45 Millionen Abfüllungen im Jahr einer der größten Getränkehersteller in Norddeutschland. Das familiengeführte Unternehmen blickt auf eine mehr als 100-jährige Tradition zurück und vertreibt seine Produkte hauptsächlich in Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern. Ein klares Bekenntnis zur Region, ein vielfältiges Produktangebot sowie höchste Qualität zeichnen das Unternehmen aus. MAGNUS Mineralbrunnen füllt fast 20 verschiedene Erfrischungsgetränke ausschließlich in umweltfreundlichen Glas- und PET-Gebinden ab. Die Produktpalette reicht von Mineralwässern, über Schorlen bis zu Near Water-Getränken. Mit MAGNUS Imperial bietet der unabhängige Brunnenbetrieb eine Produktlinie für die Hotellerie und Gastronomie an.

Mehr Informationen

MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG
Gaby Gaßmann
Langenharmer Weg 211
22844 Norderstedt
Tel.: 040-30390990

SCHULTZEPLUS
Thomas Schultze
Amsickstraße 70
20097 Hamburg
eMail: ts@schultzeplus.de
Tel.: 040-23166754