

**106.** Jahrgang

# BRAU

---

## INDUSTRIE

---



VERLAG W. SACHON · D 87719 SCHLOSS MINDELBURG

## Neuer Look für Herforder



(Bild: Herforder Brauerei)

Die Herforder Brauerei investiert weiter in ihre Marke und lässt ihrer im August gestarteten Werbekampagne ein neues Packaging folgen. Neben allen Flaschenetiketten des Herforder Sortiments erhalten auch die Sixpacks und der Achterträger ein zeitgemäßes Design, so das Unternehmen. Der Klassiker Herforder Pils und die Saisonspezialität Herforder Maibock sind seit Januar im neuen Look in den Getränkemärkten erhältlich. Entwickelt hat ihn die Agentur Flächenbrand aus Hamburg.

„Die Bedeutung von Herforder in der Region ist groß. Im Kernmarkt Ostwestfalen-Lippe und Osnabrücker Land wird die Marke von vielen Verwendern mit ‚Heimat‘ assoziiert“, sagt Christian Gieselmann, gebürtiger Herforder und Sprecher der Geschäftsführung der Warsteiner Gruppe, zu der die Herforder Brauerei gehört.

Das neue Design bleibt der ursprünglichen Marken-DNA treu, wie es heißt. Wesentliche Elemente wie der blaue Herforder Schriftzug, das Wappen, das Gründungsjahr „seit 1878“ und der Hinweis „Westfälische Braukunst“, wurden beibehalten, aber optisch neu inszeniert. Der Verzicht auf schmückende Verzierungen gipfelt in der Reduzierung des Wappens, in dem nun ein Wechsel

von Rot zu Orange die Verbindung zur Farbe des Herforder Kastens herstellt.

Den Konsumenten soll es künftig noch leichter gemacht werden, sich das Herforder Produktsortiment zu erschließen. Sowohl auf dem Flaschenetikett wie auch auf der Halsschleife tritt die Sortenbezeichnung in markanter Schrift auf farbigem Grund deutlich hervor. Als zweites Element kommt durchgängig die prägnante Beschreibung der Geschmacksrichtung zum Einsatz, die Verwendern auf einen Blick zeigen soll, welche Herforder-Spezialität zu den eigenen Vorlieben passt. Vorbild hierfür war das sich bislang deutlich von den übrigen Sorten unterscheidende Etikett von Herforder Landbier. Nun wird die naturtrübe Spezialität u.a. auch über eine Anpassung der Etikettenform näher an die Dachmarke herangeführt. Ihr rustikaler Charakter werde weiterhin über Beige- und Brauntöne sowie über den Zusatz „Vollmundig süffig“ unterstrichen. Das neue Design der Sixpacks und des Achterträgers führe die überarbeitete Etikettenoptik konsequent weiter und lasse Primär- und Sekundärverpackung eine optische Einheit bilden.

Weitere Informationen unter: [www.herforder.de](http://www.herforder.de)

### NEUES JAHR – NEUE PLÄNE?

Falls Sie ein Brauereimuseum einrichten wollen: Historisch wertvolle alte Bierflaschen 0,5, 0,7, 1,0 Liter nur Bayern, Reklameschilder, Maßkrüge, Gläser etc.

Verkauf:

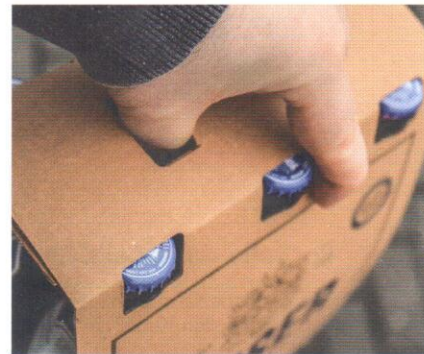
**Archiv Hopfen und Malz**  
Am Ziegelacker 7  
94372 Rattiszell-Euersdorf  
Tel.: 09964/9741

## Wraparounds aus 100 Prozent Altpapier

Die Kaiser Brauerei bietet ihre Sixpacks künftig in Wraparounds an, die zu 100 Prozent aus Altpapier hergestellt werden. Entwickelt wurde der Träger vom Wellpappe-Spezialisten Kolb aus Memmingen.

„Nachdem wir die Entwicklung des Sixpacks lange begleitet hatten und mit wenigen Mustern gestartet sind, haben wir ab April 2020 einen größer angelegten Markttest mit Sixpacks aus Altpapier gemacht“, berichtet Christoph Kumpf, Geschäftsführer der Kaiser Brauerei aus dem schwäbischen Geislingen an der Steige. „Der Test war sehr erfolgreich. Das Material ist stabil, es fühlt sich gut an und lässt sich darüber hinaus auch sehr gut verpacken“, erklärt Martin Käppeler, Verkaufsleiter der Kaiser Brauerei.

Die Kolb Group als Hersteller verfolgt in diesem Zusammenhang einen integrierten Ansatz. Angefangen von der eigenen Recyclingpapier-Erzeugung über die Wellpappe-Produktion bis hin zum besonders innovativen Digitaldruckverfahren mit ressourcenschonenden Hightech-Tinten ist bei „Corbottle“, wie die Wraparound-Verpackung genannt wird,



alles konsequent nachhaltig, wie es heißt. Durch die flexiblen Produktionsmöglichkeiten konnten so für die unterschiedlichen Anforderungen hinsichtlich Six- oder Quattropack vielfältige Lösungen realisiert werden.

Um den Mehrwegkreislauf auch bei den Kleingebinden zu gewährleisten, hat die Kaiser Brauerei zusätzlich 20.000 Pinolenkisten angeschafft, in denen die Sixpacks ausgeliefert und anschließend die Leerflaschen wieder zur Brauerei zurücktransportiert werden können.

Weitere Informationen unter: [www.kaiser-brauerei.de](http://www.kaiser-brauerei.de)

## Marktstart mit Produkt-Bundle

Um der historischen Marke Münchner Kindl zu einem Neuanfang zu verhelfen, hat die Traunsteiner Brauereifamilie Sailer das Namensrecht erworben. Das erste Produkt im Sortiment ist bereits gebraut: Der Vivator Doppelbock Dunkel ist der erste Sud seit 115 Jahren, der unter dem Markennamen „Münchner Kindl“ auf den Markt kommt, so das Unternehmen. Um einen aufmerksamkeitsstarken und gelungenen Marktstart hinzulegen, beauftragte die Familie die Nürnberger Agentur Bloom mit der Gestaltung des Packagings sowie eines Produkt-Bundles mit Glas.

Für den Vivator hat Bloom die komplette Produktausstattung – Hals-, Bauch- und Rückenetikett – gestaltet. Das Bauchetikett zeigt die Illustration eines fröhlichen Zechers im Sonntagsstaat, mit einem Maßkrug in der Hand und vor der Münchener Stadtsilhouette. Die dazugehörige Umverpackung erzählt die Geschichte der Marke: von der einstigen Brauerei, die früher im Stadtteil Haidhausen beheimatet war, und

deren Markenzeichen, der „Schützenliesl“, die Bloom nun behutsam in den Look des Packagings einarbeitete. Den Weg in den Handel findet das Produkt-Bundle in einer Limited Edition: Das von der Agentur gestaltete Bockbier zusammen mit einem Pokalglas nach historischem Vorbild.

Weitere Informationen unter: [www.kindlbier.de](http://www.kindlbier.de)

