

Presse-Information

Datum: 07.12.09

Ansprechpartner: Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer

Seite: 1/2

Emmi CAFFÈ LATTE: IDEENHAUS macht Premium-Anspruch sichtbar. Neues Verpackungsdesign für strategisch wichtiges Erfolgsprodukt

Luzern/ München: Emmi, der innovative und größte Milchverarbeiter der Schweiz, lanciert das international erfolgreiche Produkt Emmi CAFFÈ LATTE in einem neuen, wertorientierten Verpackungsdesign. Die sensible Aufgabe wurde der Designagentur IDEENHAUS MARKEN.WERT.DESIGN aus München anvertraut. Vorstandschef Urs Riedener definiert das Produkt als strategisch bedeutend und will in diesem Segment weiter wachsen.

Die Idee, den Rohstoff Milch mit kaltem Kaffee zu kombinieren, um daraus ready-to-drink Spezialitäten zu kreieren, funktioniert bei Emmi seit der Einführung des Produktes Emmi CAFFÈ LATTE im Jahr 2004 hervorragend. Die Produktrange, die 7 Sorten umfasst, hat sich zum Marktführer entwickelt und verkauft jährlich eine hohe zweistellige Millionenzahl der 230ml-Becher. „Die Nachahmer blieben natürlich nicht aus. Imitiert wird allerdings primär die Idee“, erläutert Dorothee Schwarz, die verantwortliche Business Development Managerin in der Emmi-Zentrale in Luzern. „Denn bei der Qualität der Inhaltsstoffe und deren sorgsamer Zusammenstellung agiert Emmi weiterhin auf einem unangetastet hohen Niveau“, so Dorothee Schwarz weiter. Kein Pulverkaffee, keinerlei Konservierungsstoffe: Emmi CAFFÈ LATTE besteht ausschließlich aus frisch gebrühtem Espresso aus ausgewählten Kaffeesorten und frischer Schweizer Milch. Für jede Sorte wurde von einem Kaffeesommelier die beste Sorte Rohkaffee ausgewählt, die – bei einem Schweizer Kaffeeröster – im Trommelverfahren schonend geröstet und anschließend bei Emmi direkt zu Espresso verarbeitet wird. Hervorragende Geschmacksurteile bei zahlreichen Verkostungen sprechen dabei für sich.

Um genau diese Besonderheiten und damit den Premium-Anspruch zu transportieren und den Premium-Preis auch im gewachsenen Wettbewerberumfeld weiterhin realisieren zu können, wurde IDEENHAUS MARKEN.WERT.DESIGN beauftragt, das Verpackungsdesign wertorientiert zu überarbeiten. Die Stammkäufer sollten durch die neue Optik jedoch nicht verunsichert werden, so die Aufgabenstellung. Die IDEENHAUS Designer entwickelten eine Lösung, die die vertrauten Key Visuals weiterhin beinhaltet, diese jedoch in wertiger und genussvoller Weise vermittelt. Im Fokus standen dabei dezente Farbabweichungen für den Becher, die Überarbeitung des Produktlogos sowie der informierenden Rückseite. „Der akzentuierte Einsatz der Farbe Gold, die Veränderung der Größe des Produktlogos sowie die Verwendung von aufwändigen Illustrationen, beispielsweise von gerösteten Kaffeebohnen, schaffen eine genussvolle, aber selbstähnliche Aufwertung“, erläutert IDEENHAUS Geschäftsführer Julian Schäfer. Die Becherrückseite wurde nicht nur in Sachen Farbigkeit und Lesbarkeit optimiert.



IDEENHAUS MARKEN.WERT.DESIGN

Presse-Information

Datum: 07.12.09

Seite: 2/2

Hier wird nun durch Premium-Illustrationen und Texte erläutert, wie aufwändig das Produkt hergestellt wird. Für 12 der 13 weltweit belieferten Märkte wird auf der Rückseite ein Motiv der Schweizer Berge mit Kühen zur Visualisierung der Herkunft der Milch eingesetzt. Die Ausnahme ist die Schweiz. Hier wird, um modern und nicht traditionell zu wirken, auf die Abbildung der Berge mit Kühen verzichtet.

„Das hochwertige Kalt-Kaffee-Getränk Emmi CAFFÈ LATTE tritt nun mit einer der Herstellungs- und Geschmacksqualität adäquaten Hochwert-Optik auf“, resümiert IDEENHAUS Geschäftsführer Julian Schäfer.

Mit der Einführung des überarbeiteten Packaging-Designs wurde auch die neue Sorte Emmi CAFFÈ LATTE ZERO lanciert. Als Exklusivität auf dem Markt enthält das neue Produkt keinen Zuckerzusatz und keine Süßungsmittel und ist darüber hinaus laktosefrei.

IDEENHAUS MARKEN.WERT.DESIGN ist der Spezialist für wertorientiertes Markendesign. Markendesign aus dem IDEENHAUS basiert immer auf den Werten, die eine Marke besonders und einzigartig machen. Durch den respektvollen Umgang mit diesem Potential entstehen Design-Lösungen, die durch Spezifik, maximale Abgrenzung vom Wettbewerb und schnelle Wiedererkennbarkeit eine hohe Attraktivität der Marke garantieren und somit die Steigerung des Markenwertes zielgerecht unterstützen. IDEENHAUS rangiert unter den führenden deutschen Designagenturen und ist mit Büros in Nürnberg und München für renommierte Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz seit über 20 Jahren tätig.

Pressekontakt:

Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer, Lindengasse 3, D-90419 Nürnberg,

Tel. 49 (0)911 300 349-0, info@pr-heinhoefer.de

