



Relaunch für mehr Fruchtigkeit: Molkerei Müller schärft Markenprofil von Froop

Fein, fruchtig, FROOP: Das legendäre Fruchterlebnis mit neuem Auftritt

Aretsried, 01. Juni 2017. Fruchtigkeit im Fokus: Beim neuen Froop-Markenauftritt steht die Frucht im Mittelpunkt. Ab sofort ist die Frucht-auf-Joghurt-Legende im runderneuerten Design im Kühlregal zu finden. Dafür setzt die Molkerei Müller die Frucht- und Joghurt-Darstellung auf Becher und Verpackung jetzt noch natürlicher, wertiger und klarer in Szene. Damit sich Froop besser auslöffeln lässt, hat der Aretsrieder Molkereikonzern auch die Becherform modernisiert. Auch das Froop-Logo auf Deckel und Etikett ist neu. Die Froop Standardsorten zeigen sich ab Mai, Froop Best of ab Mitte Juni und Froop Tropic ab Ende Juni im neuen Design. Den neuen Markenauftritt kommuniziert der Erfinder des Frucht-auf-Joghurt-Konzepts in einer großangelegten TV-Kampagne mit entsprechendem Spot ab Juni auf allen reichweitenstarken Sendern.

Neuer, fruchtiger Auftritt für Froop: Mit der einzelnen Frucht-Darstellung auf Deckel und Verpackung setzt die Molkerei Müller Froop jetzt noch prominenter in Szene und betont die intensive Fruchtigkeit. Auch das erfolgreiche Zwei-Schicht-Konzept ist mit der natürlicheren Frucht- und klaren Joghurt-Darstellung deutlicher erkennbar.

„Mit dem neuen Froop-Design sehen Verbraucher sofort was im Becher ist: Oben intensive Fruchtigkeit ganz ohne Stückchen, unten cremig-feiner Joghurt – einfach eine Klasse für sich!“, sagt Ute Schubert, Marketingleitung bei der Molkerei Müller.

Einfach besser auslöffeln

Auch die Froop-Becherform hat die Molkerei Müller neu designt: Der schlankere Becher ist moderner und läuft unten glatt zu. Dadurch lässt sich Froop noch besser auslöffeln. Für ein schärferes Markenprofil und stärkeres Branding ist das Logo größer und prominenter platziert. Den frischen Froop-Markenauftritt begleitet die Molkerei Müller mit einem TV-Spot auf allen reichweitenstarken Sendern.

Das tropische Fruchterlebnis: Froop Tropic

Ab Ende Mai zeigen sich alle Froop-Standardsorten im neuen Design, Froop Best of zieht ab Mitte Juni mit der sommerlichen Sorte Froop Best of Honigmelone nach.



Aus Froop Safari wird Froop Tropic! Die tropischen Froop-Varianten erhalten ab Ende Juni einen neuen Namen und sind dann im optisch runderneuterten Becherdesign im Kühlregal erhältlich. Die Namensanpassung in „Tropic“ macht den Bezug zu tropischen Früchten noch klarer erkennbar. Froop Tropic gibt es auch weiterhin in den beliebten tropischen Kombinationen Nektarine-Sternfrucht, Maracuja-Banane-Mango, Kokos-Ananas sowie Ananas-Passionsfrucht mit Acerola.

Über die Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG

Die Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG ist eine Tochter der international im Lebensmittelbereich agierenden Unternehmensgruppe Theo Müller.

Die Molkerei Alois Müller hat ihren Sitz seit 1896 in Aretsried bei Augsburg und ist Geburtsstätte der Unternehmensgruppe mit inzwischen rund 27.000 Beschäftigten.

Innerhalb der letzten vier Jahrzehnte hat sich das Unternehmen zu einer modernen Großmolkerei entwickelt. Rund 1.300 Mitarbeiter arbeiten am Standort Aretsried in insgesamt sieben Firmen – zum Beispiel von der Molkerei über die eigene Fruchtverarbeitung Naturfarm, das eigene Logistikunternehmen Culina, die eigene Becherfertigung von Optipack und die eigene LKW-Werkstatt. Rund 140 Mio. kg Milch werden jährlich am schwäbischen Stammsitz zu hochwertigen Milchprodukten veredelt. In vielen Produktgruppen hat Müller mit zahlreichen Innovationen einen Markt überhaupt erst geschaffen. So zum Beispiel bei Buttermilch, Kefir, dem Joghurt mit der Ecke, Milchreis oder Müllermilch. Das Unternehmen hält bis heute in diesen Segmenten Spitzenpositionen. Die Bekanntheit der Marke Müller liegt bei nahezu 100 Prozent und praktisch jeder in Deutschland kennt den Slogan: "Alles Müller, oder was?"

Unternehmenskontakt

Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG
Zollerstraße 7, 86850 Aretsried

Nicole Schneider, Tel. +49 8236 999 – 8354
E-Mail: Nicole.Schneider@muellergroup.com
<http://www.muellermilch.de>

Pressekontakt

epr – elsässer public relations,
Maximilianstraße 50, 86150 Augsburg

Cornelie Elsässer, Tel: +49 – (0)821 – 4508 7910, ce@epr-online.de
Frauke Schütz, Tel: +49 – (0)821 – 4508 7916, fs@epr-online.de
www.epr-online.de