



Umfassender Marken-Relaunch für den Joghurt mit der Ecke

Wertiger und genussiger: Der Relaunch mit der Ecke

Aretsried, 16. Januar 2018. Spot on: Die Molkerei Müller setzt den Joghurt mit der Ecke mit einem umfassenden Markenrelaunch neu in Szene. Gestartet wird mit einem Design-Relaunch. Vor allem die Wertigkeit der Produkte steht dabei im Fokus. Dafür inszeniert der Aretsrieder Molkereikonzern die Joghurt-Abbildung deutlich prominenter und stellt die hochwertigen Cerealien und Früchte auf der Verpackung fotorealistisch dar. Auch das besondere Konzept des Zweikammer-Bechers kommt durch die klare Abgrenzung der kleinen Kammer und dem über der Knicklinie liegenden Löffel stärker zu Geltung. Ebenfalls Teil des Relaunches sind massive TV-Investitionen in eine neue Kommunikation mit klarem Produktfokus und dem Ziel, den Markenwert zu stärken.

Wertiger, natürlicher, genussiger: Der Joghurt mit der Ecke hat einen neuen Auftritt. Im frischen Design kommt der Joghurt noch stärker zur Geltung. Dafür legt die Molkerei Müller den optischen Fokus auf die cremige Hauptzutat und bildet den Joghurt auch auf der Verpackung prominent auf einem Löffel ab. Dieser zeichnet zugleich die Diagonale des erfolgreichen Zwei-Kammer-Bechers nach und bringt die Knicklinie besser zur Geltung.

Design-Relaunch: What you see is what you get

Den Anfang des Relaunches machen die Knusper- und Schlemmer-Sorten, womit die Molkerei Müller wieder das Kernsortiment in den Fokus stellt. Weitere Submarken folgen im weiteren Verlauf des Jahres. Das neue Design zeigt den Joghurt und die Zutaten auf dem Deckel in natürlicher Anordnung. So findet auch die Sortendifferenzierung zum einen über die Zutatendarstellung und zum anderen über Farbbalken mit den bekannten Sortenfarben statt. In der rechten, oberen Ecke befinden sich fotorealistische Darstellungen der Cerealien oder Früchte, im Fokus jeder Sorte steht immer ein Löffel mit cremigem Joghurt. Bei der Knusper-Range spiegelt sich die natürliche Abbildung auch auf der linken, oberen Ecke in Form der verwendeten, qualitativ hochwertigen Rohwaren wider. Die Frucht-Sorten zeigen die jeweils sortenspezifische Frucht in der linken, oberen Ecke als Fruchtzubereitung. Die Möglichkeit, Joghurt und Frucht zu mischen, wird auf



dem Löffel angedeutet.

„Ganz nach dem Motto <What you see is what you get> bringen wir mit unserem Design-Relaunch vom Joghurt mit der Ecke unsere Qualität jetzt noch besser zur Geltung. Und wir stellen den Benefit unseres Zweikammer-Bechers optisch deutlicher in den Fokus. Denn frisch gemischt schmeckt's einfach besser“, sagt Ute Schubert, Marketingleitung bei der Molkerei Müller und fährt fort: „Wir können jetzt wirklich zu Recht sagen: Schöner knickt keiner!“

Neue Markenkommunikation

Ab Januar 2018 zeigen sich zunächst alle Knusper- und Frucht-Sorten des Joghurt mit der Ecke im neuen Design. Weitere Submarken wie der Jogurt mit der Ecke Müsli, Griechischer Art und World Edition ziehen im Verlauf des Jahres nach.

Den Marken-Relaunch kommuniziert die Molkerei Müller ab Februar 2018 mit einer umfangreichen Kampagne und entsprechenden TV-Spots für die Knusper- und Frucht-Range auf allen reichweitenstarken Sendern sowie Aktivierungsmaßnahmen am PoS. Um auch in der Regalwirkung mehr Wertigkeit erzielen zu können, optimiert die Molkerei Müller ab der zweiten Jahreshälfte 2018 auch die Sekundärverpackung.

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://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