



Thema: Radlberger

Autor: k.A.

**Sommerfrische Radlberger**  
*wirbt für eine neue Rezeptur*  
*und Verpackung 22*



© Radlberger/Projekt 21

# Radlbergers Sommerfrische

Mit einer umfassenden PoS- und Werbe-Kampagne wirbt man für die neue Rezeptur und die neue Verpackung.





Thema: Radlberger

Autor: k.A.



WIEN. Die Egger Getränkegruppe startet 2017 voll durch: Die österreichische Traditionsmarke Radlberger wird zeitgemäß inszeniert und verfeinert bei zwei Produkten die Rezepturen.

Mit dem Neuprodukt Radlberger Orange zuckerfrei kommt Mitte Mai die erste 0,33 l-Dose mit zuckerfreier Fruchtlimonade in das Limonadenregal. Zudem tourt Radlberger mit einer Ape – einem dreirädrigen Rollermobil mit Kultstatus, ähnlich den Tuk-Tuks in Indien – als mobile Verkostungsstelle durch Einkaufszentren, -straßen und zu frequentierten Freizeitplätzen.

„Gerade in unsicheren und schnellebigen Zeiten herrscht eine Sehnsucht nach nostalgisch vertrauten, österreichischen Marken“, so Egger Getränkegruppe Marke-

ting- und PR-Leiterin Margareta Seiser. „Uns gibt es seit bald 30 Jahren – es blicken also Käuferinnen und Käufern mehrerer Generationen mit Radlberger Limonade auf einen Sommer wie damals zurück“, ergänzt Bernhard Prosser, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb.

**Ständige Entwicklung**

Traditionsmarken müssen sich weiterentwickeln, um den Konsumentenansforderungen zu entsprechen und mit der Zeit zu gehen. Radlberger hat seine Marke daher sowohl einem Verpackungs-Relaunch als auch

einer Rezeptur-Optimierung unterzogen: Den Kundenwünschen entsprechend, wurde bei der Sorte Radlberger Orange der Zuckergehalt um 1,2 Gramm pro 100 ml reduziert sowie die Rezeptur – wie auch bei der Sorte Ananas – verfeinert. „Wir stehen mit unserer Produktvielfalt und Bandbreite für Abwechslung und bieten für die unterschiedlichen Konsumentenbedürfnisse das richtige Produkt an“, so Seiser.

Um die Neuheiten auch optisch zu unterstreichen, hat Radlberger sein Produkt-Design, die Etiketten und farbigen – jeweils zur Sorte passenden – Verschlüsse adaptiert. Dabei achten die Markenexperten bei Radlberger darauf, eine zeitgemäße Inszenierung der Markenwerte unter Beibehaltung des „Markenerbes“ wie dem beliebten Spruch „ein Sommer wie damals“ zu erschaffen.

**Die „schlanke“ 0,33 Liter-Dose**  
Dem Zeitgeist entsprechend, bringt Radlberger auch eine zuckerfreie Limonade: In der schlanken 0,33 l-Sleek Can zieht mit Radlberger Orange zuckerfrei aktuell die erste zuckerfreie Fruchtlimonade in der Dose in die heimischen Limo-Regale ein. Das Produkt ist ab Mitte Mai im gut sortierten Lebensmittelhandel erhältlich. (red)

**Credits**

**Auftraggeber** Radlberger Getränke GmbH & Co OG/Margareta Seiser, Michaela Hollerer

**Packaging Design** ortner & weihls

**Werbliche Umsetzung** Projekt 21

**Media-Agentur** UM PanMedia Kommunikationsberatung und Mediaeinkauf GmbH

**Tonstudio** MG-Sound Studios Betriebsgesellschaft m.b.H.



Neu im Sortiment u.a. die erste 0,33 l-Dose mit zuckerfreier Fruchtlimonade.

Anfragen für weitere Nutzungsrechte an den Verlag