

Thema: Egger Bier

Autor: k.A.



- ▶ Neue Unternehmensmarke „Egger Getränke GmbH & Co OG“
- ▶ Neuer Slogan, Klimaneutralität, Österreich-Bonus
- ▶ Große Egger Grill-Kampagne im Sommer

Thema: Egger Bier

Autor: k.A.

■ REGAL sprach mit Egger GF Bernhard Prosser und Margarete Seiser, Leitung Marketing/PR über den Neuauftritt

Alles neu bei Egger

Egger optimiert hausinterne Strukturen. Die Privatbrauerei Egger produziert weiterhin Egger Bier- & Biermischgetränke. Abfüllung und Vertrieb der Privatbrauerei Egger und Radlberger Getränke firmieren zukünftig unter Egger Getränke GmbH & Co OG

REGAL: Was steckt hinter der Umstrukturierung?

Prosser: Wir haben damit unsere Firmen zukunftsfit aufgestellt. Nach der Neuausrichtung in der Produktion – wir investierten sechs Millionen Euro in eine neue Dosenabfüllanlage – und im Marketing war dies der letzte rechtliche Schritt. Wir können dadurch in der Produktion im Personaleinsatz über unsere sieben Abfüllanlagen flexibler agieren. Im Markt nach außen hat das keine Auswirkung.

Seiser: Die neue Unternehmensmarke „Egger Getränke GmbH & Co OG“ vereint als Wort-/Bild-Marke alle drei Bereiche, die Egger so speziell machen, unter einem Dach: Markengeschäft, Lohnfüllung, Handelsmarkengeschäft. Von der gesamten Produktionsmenge entfällt je ein Drittel auf diese drei Bereiche.

Die Pläne für die Marke Egger?

Seiser: Wir geben Vollgas mit der Marke. Mit dem neuen Slogan „Meine Privatbrauerei“ betonen wir Premiumqualität eines österreichischen Familienbetriebes. Für Egger starten wir im Juli mit einer großen Grill-Kampagne bestehend aus klassischer Werbung mit Print, Online und Radio. Im Handel gibt es eine attraktive Promotion mit Grill-Weltmeister Adi Matzek. Wir wurden bei der Auszeichnung der DLG zum achten Mal hintereinander Gold prämiert. Damit sind wir in Österreich die am meisten und am längsten durchgängig GOLD-prämierte Biermarke. Zusätzlich erhielten wir von der DLG den „Preis für langjährige Produktqualität“. Auch optimieren wir das Verpackungsdesign noch dieses Jahr. Zusätzlich positionieren wir uns als zu 100% klimaneutraler Betrieb. Bis Sommer soll das Siegel auf allen unseren Verpackungen zu sehen sein.

Wie ist der erste Bilanz des neuen Markenauftrittes?

Seiser: Unser Egger Genuss-Truck findet großen Anklang. Mit unserer Innovation, der neuen Radlberger Orange zuckerfrei in der 0,33 Liter Dose, hatten wir ein sehr erfolgreiches Sampling in der SCS. Wir mussten das auf zwei Tage angelegte Sampling mehr als verdoppeln. Das Thema Zucker (frei) bewegt.

Innovationen bei Egger?

Seiser: Nein. Wir wollen heuer die Neupositionierung festigen. Im hart umkämpften AF-Bier-Markt

hat sich die Egger Zisch Dose im LEH unter den Top 3 etabliert.

Sie setzen heuer einen starken Fokus auf die Marke?

Seiser: Wir investieren heuer mehr in die Marke, fahren mit einem massiven Werbedruck und effizienterem Media-Mix auf. Insgesamt rund 100 Millionen Bruttokontakte. Granny's ist unser Flaggschiff und hält die Nr. 1 Position. Mit Granny's Sport sind wir jetzt auch bei Billa gelistet.



Pläne für die Lohnfüllung?

Prosser: Wir wollen hier qualitativ wachsen. Wir haben namhafte Unternehmen wie Eckes Granini als starkem Partner unter Vertrag. Wir bieten in Europa einen der modernsten Abfüllparks und sind die erste klimaneutrale Lohnfüllung in Österreich. Im Export sind unsere Auftragsbücher gut gefüllt. Letztes Jahr steigerten wir den Exportanteil um rund 50% auf 37%. Heuer sind wir zum ersten Mal in New York auf einer Messe.

Und im Handelsmarkengeschäft?

Prosser: Wir haben eine flache Fixkostenstruktur. Wir produzieren für große österreichische Lebensmittelhändler und sind in diesem Bereich auch international erfolgreich tätig.

Egger Getränke Facts

Eigentümer: Familie Egger

Umsatz 2016: 100 Mio. Euro

Abfüllung Privatbrauerei Egger:
1.000.000 Hektoliter

Mitarbeiter: 202

Quelle: Egger Getränke