



Mal locker neu gemacht:

miree mit aufmerksamkeitsstarkem Marken-Relaunch

Buchloe, im April 2020. Frischkäsegenuss neu definiert: miree startet mit einem umfassenden Marken-Relaunch in den Frühling. Ein neues, auffälliges Design und ein überarbeitetes Verpackungskonzept setzen den beliebten Frischkäse gekonnt in Szene. Die gewohnt luftig, lockere Rezeptur – ebenso wie die Grammatik – bleibt dabei unverändert. Mit ihrem aufgefrischten Design sind die leckeren Frischkäse-Sorten der Erfolgsmarke ein absoluter Eye-Catcher in jedem Kühlregal. Klare Farbgebung, eine neue Becherform und die besondere Wertigkeit der Verpackung sorgen für eine eindeutige Differenzierung innerhalb der Sorten als auch des Wettbewerbsumfeldes. Das Sortiment wird in den kommenden Wochen sukzessive auf das neue Design umgestellt, ab Anfang Mai sind die ersten neuen Becher im Kühlregal zu finden.

So luftig und locker – und so viel Potential

Durch das neue, einheitliche Logo im Zuge des Marken-Relaunches erfährt miree eine deutlich stärkere Markenpräsenz. Das überarbeitete Verpackungskonzept punktet darüber hinaus bei den Kunden besonders durch seine Wertigkeit und Handlichkeit. Gleichzeitig machen die neuen, modernen Produktabbildungen noch mehr Lust auf luftig-lockeren Frischkäsegenuss.

„Mit dem neuen Markenauftritt wollen wir ein Produkt von bereits ausgezeichneter Qualität für Verbraucher besser und vor allem deutlich aufmerksamkeitsstärker in Szene setzen. miree hat bei einer Blindverkostung mit seinen Top vier Sorten vergleichbare Produkte in Sachen Sensorik um Längen geschlagen. Die typisch lockere Konsistenz und Cremigkeit wurden dabei besonders positiv bewertet, so dass wir die höchste Wiederkaufsrate unter allen Vergleichsprodukten haben. Dieses Potential wollen wir stärker ausschöpfen, indem wir eine breitere Zielgruppe ansprechen und mehr Menschen dazu anregen, miree zu probieren. Aufgrund der überzeugenden Ergebnisse aus dem Sensorik-Test bleiben die luftig-lockeren Rezepturen dabei



natürlich unverändert“, erklärt Gernot Döffinger,
Leiter Marketing Karwendel-Werke Huber GmbH &
Co. KG.

Bunt und aufmerksamkeitsstark am POS und über alle Kommunikationskanäle hinweg

Der neue Look verspricht gezielte Aufmerksamkeit am Kühlregal: Die modernen, bunten Farben erleichtern eine klare Sortendifferenzierung und sorgen für leichte Orientierung am POS. Darüber hinaus wurden die Kartonagen farblich auf das neue Design abgestimmt.

Begleitet wird der Relaunch mit einer großen TV-Kampagne auf allen relevanten Sendern im Sommer 2020. Eine neue Online-Präsenz, umfangreiche Maßnahmen auf Social-Media und in Print sowie ein starkes POS-Paket schaffen zusätzlich eine hohe Reichweite und sprechen Verbraucher über alle Altersgruppen hinweg an.

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG
Annika Geiger und Sophie-Charlotte Kloiber
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 089 / 893563 – 511, Telefax: 089 / 89398429
E-Mail: a.geiger@engel-zimmermann.de

www.miree.de