



Starker Markenauftritt im neuen Look

- BURGER relaucht sein Knäckesortiment

Burg, Frühjahr 2010 – Markenstark neu verpackt und schwungvoll positioniert die Burger Knäcke GmbH & Co. KG ihre Knäckespezialitäten ab sofort im Knäckeregal. Im Mittelpunkt des neuen Packungsdesigns der Nr. 2 im deutschen Knäckemarkt stehen die klar erkennbare Sortenvielfalt und die natürlichen Zutaten der traditionsreichen knackigen Scheiben made in Germany.

Im aktualisierten Look verbindet BURGER gekonnt den bewährten Markenkern mit neuen Elementen. Herzstück des neuen Packungsauftritts bleibt das prominent platzierte leuchtend-rote BURGER-Logo und das gelernte Streifendesign, das nur leicht überarbeitet wurde. Durch die neue optische Zweiteilung der Packung ordnet BURGER die weiteren Gestaltungselemente auf Vorder- und Rückseite differenziert an: Dabei liefert die eine Packungshälfte auf gelerntem Streifendesign Informationen zum Produkt. Die andere Hälfte spricht durch die großzügige Abbildung der hochwertigen Zutaten und appetitliche Produktanmutung der Serviervorschläge eher emotional an. Eine deutliche Wiedererkennung der einzelnen Geschmacksrichtungen gewährleistet die bewährte Farbdifferenzierung der einzelnen Sorten. So finden Fans von BURGER Knäcke ihre Lieblingssorte auch in der neuen Verpackung auf Anhieb wieder. Damit gelingt BURGER eine regalstarke Sortimentspräsentation, die die Leichtigkeit und Natürlichkeit seiner Produktränge unterstreicht.

Seine Fachkompetenz in der Entwicklung und Herstellung von erstklassigen Roggenvollkorn-Produkten im Knäckesegment verdeutlicht das Traditionsunternehmen jetzt mit einem Hinweis, der den Roggenvollkorn-Anteil je Sorte auf der Packungsvorderseite prominent auslobt. So rückt die ernährungsphysiologisch wertvolle Hauptzutat des knackigen Flachbrotes zusätzlich ins Blickfeld der Verbraucher.

Mit dem neuen Produktdesign trifft BURGER ganz den Geschmack der Verbraucher. Der neue Markenauftritt steht glaubwürdig für höchste Quali-



tät, natürliche Rohstoffe sowie leichten Genuss in einem zeitgemäßen und attraktiven Erscheinungsbild. Genau diese Produkteigenschaften sorgen für Aufmerksamkeit, schaffen Vertrauen in die Marke und steigern den Abverkauf. Das belegen Akzeptanztests, bei denen der neue Markenauftritt einen deutlichen Zuwachs in allen erfolgsrelevanten Kaufkriterien brachte.* BURGER produziert seit fast 80 Jahren Knäckebrötchen; dabei ist es dem Unternehmen mit dem neuen Sortimentsauftritt ein weiteres Mal gelungen, die Markenstärke in trendgerechte Produktkonzepte zu übertragen und auf die Veränderungen der Verbrauchervorlieben und des Marktes zu reagieren.

*) Mafo April 2009; Testorte: Berlin, Nürnberg und Leipzig

Für Rückfragen oder weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

BURGER Knäcke GmbH + Co. KG
Stephanie Schütz
Marketing Managerin
Tel.: 03921 923-131,
Fax: 03921 923-110,
E-Mail: s.schuetz@burgerknaecke.de