

# Hier wird bei der Verpackung noch Hand angelegt

## Mit der Marke Mövenpick das Premiumsegment stärken



Fotos: GdB



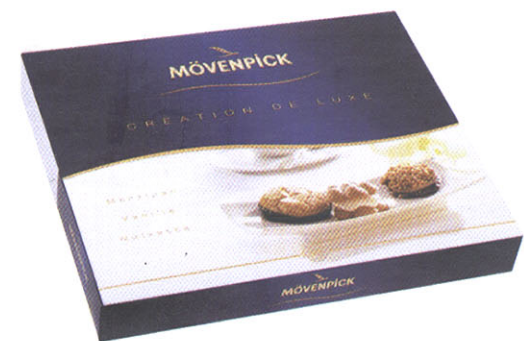
Nicht aufklappen, sondern schieben.

folie mit dem „hochwertigen Streudruck“ der Marke.

Die Faltschachtel wird von Field Rotopack in Stuttgart geliefert, die transparente Folie aus dem Hause Amcor. Produziert und abgepackt werden die Mövenpick-Produkte im GdB-Werk in Ravensburg. Dabei betont Pressesprecher Gries das „sorgfältige manuelle Befüllen der Packungen“. Auf großen Displays sollen die verschiedenen Mövenpick-Packungen im Handel präsentiert werden. Dabei soll neben den kleineren Packungen mit „Création Noisette“,

„Création Marzipan“ und „Création Vanille“ auf die 275-Gramm-Großpackung mit allen drei Geschmackssorten und dem neuartigen Schiebe-Öffnungs-Mechanismus hingewiesen werden. Nur kurzfristig kommt zu den ganzjährigen Premiumpräsentpackungen ein zeitlich limitiertes Angebot von „Création Erdbeer-Joghurt“, das als „Gebäck des Jahres“ zu je 75 g angeboten wird. Die Preise hierfür liegen bei 1,99 Euro, während die 275-Gramm-Packung den Angaben zufolge zu 7,99 Euro in den Handel kommt.

ubi ■



Die im deutschen Besitz befindliche Schweizer Multi-Marke Mövenpick profitiert von ihrem hohen Bekanntheitsgrad. Mehr und mehr Produkte dürfen sich mit der Marke schmücken und können sich dabei auf die Markenbekanntheit von 98 Prozent stützen. Neuester Markennutzer ist der vielseitige Gebäckhersteller Griesson – de Beukelaer (GdB) aus Polch. GdB-Pressesprecher Peter Gries schreibt dazu, dass durch den Einstieg in das Lizenzgeschäft mit der Marke Mövenpick das Premiumsegment deutlich beflügelt worden sei. Neben der „Erfolgsformel des Verwöhn- und Genussaspektes“ setzt GdB aber auch auf „edles Design“. Dieses basiert nach Unternehmensangaben auf den Grundvorgaben der Mövenpick-Agentur Fine Foods. Die Präsentpackungen wurden dann von der Agentur Brandix in Hamburg weiterentwickelt. In der Werbung hervorgehoben wird dabei insbesondere der „einzigartige Öffnungsmechanismus“. Hierbei handelt es sich um einen „Schiebemechanismus“. Durch vertikales Aufziehen der Packung in der Mitte werde eine optimale Produktpräsentation erreicht – verstärkt durch die transparente Verpackungs-