

Markenauftritt von EKU verbindet Tradition und Zeitgeist

Motto: „EKU – Unser Bier!

5

Kulmbach, 2006: In komplizierten Zeiten wie heute sehnen sich viele Menschen nach den unkomplizierten Dingen, besinnen sich wieder stärker auf bleibende Werte und schätzen die Geselligkeit und den Zusammenhalt unter Freunden. Gerade in Franken, der Heimat der Kulmbacher Traditions-Biermarke EKU, zeichnet die Menschen eine gesunde Bodenständigkeit aus. Genau hier setzt der Markenauftritt von EKU als sympathisch unkompliziertes Bier für das ganz normale Leben mit all seinen kleinen und großen Freuden an.

10

15

Markenphilosophie und Kommunikation

EKU als nordbayerische Traditionsmarke ist überall dort zu Hause, wo man Gemeinschaft und Geselligkeit schätzt und man sich nicht erst „verbiegen“ muss, um dazu zu gehören. Somit bietet EKU seinen Freunden und denen, die es werden wollen, eine emotionale Heimat: „EKU – Unser Bier!“

25

Beim Relaunch ist die Kulmbacher Brauerei auf die Wünsche der Bierkenner eingegangen. Im Falle EKU

haben die Biertrinker in Nordbayern bestätigt, dass sie mit dieser Marke sehr viel Tradition und gewachsene Werte
30 verbinden. Diese Äußerungen sind in die Entwicklung der neuen Ausstattung eingeflossen.

Das neue Kleid von EKU zeigt eines ganz deutlich: Wer sich am Bewährten orientiert, muss deswegen noch lange
35 nicht langweilig sein. EKU ist jetzt so, wie die Menschen, die es gerne genießen: erfrischend normal, aber dennoch wertig im Erscheinungsbild. Im neuen Markenauftritt von EKU spielen traditionelle Elemente eine wesentliche
40 Rolle: Die ovale Etikettenform, das prägnante rote Markenzeichen mit der goldenen Krone, goldene Schmuckelemente und warme Farbtöne geben der Marke eine warme, gastliche Ausstrahlung und prägen die Ausstattung der aktuellen Longneckflaschen. Auf eine Stanniolierung wurde ganz bewusst verzichtet. Der
45 Mundrand bleibt somit frei, was all jene freuen wird, die ihr EKU auch mal gerne aus der Flasche trinken. Der Markenauftritt wurde konsequent auf alle Werbemittel und das gesamt Gastro-Erscheinungsbild übertragen.

50 **Sponsoring und Events**

Bewusst hebt sich die Traditionsmarke aus der Kulmbacher Brauerei von den sogenannten Szenebieren ab: Kurzum: ein sympathisch-bodenständiges Bier für den verdienten Feierabend zuhause, im Garten oder im

55 Vereinsheim. Diesen Anspruch unterstreicht der
eingängige Slogan „*EKU – Unser Bier!*“ - und setzt ihn
konsequent im Bereich Sponsoring um. Regionale und
lokale Sportevents wie der Seniorenschwimmwettbewerb
EKU-Cup sowie Amateurvereine aus dem Raum
60 Kulmbach bilden den Schwerpunkt des Sponsorings.
Ergänzt wird das Engagement durch Sympathieaktionen
außerhalb der Welt des Sports wie zum Beispiel die
Spielplatz-Aufräumaktion „Zamm geht’s“ gemeinsam mit
dem Partner Bad Brambacher.

65

Sortiment und Distribution

Es ist das erklärte Ziel der Kulmbacher Brauerei, die
Traditionsmarke EKU in Nordbayern nicht nur zu
festigen, sondern auf einem gesunden Fundament
70 aufzubauen. Das gewachsene Qualitätssortiment wird der
Garant dafür sein. Auch in Zukunft gibt es die bekannten
EKU-Spezialitäten Pils, Hell, Export und Festbier. Die
Mischgetränke Radler und Cola+Bier finden von Jahr zu
Jahr mehr Liebhaber. Und EKU 28 als eines der stärksten
75 Biere der Welt wird auch in Zukunft nicht nur im
Heimatgebiet, sondern vor allem im Export eine
bedeutende Rolle spielen.

80

Medienkontakt:

Dr. Helga Metzel

Leitung Unternehmenskommunikation

85 Tel.: 09221/705-375

Fax: 09221/705-368

e-mail: Helga.Metzel@Kulmbacher.de

Martin Groll

90 Referent Unternehmenskommunikation

Tel.: 09221/705-147

Fax: 09221/705-442

e-Mail: Martin.Groll@Kulmbacher.de

95 www.kulmbacher.de

www.eku.biz