

PRESSEINFORMATION

Internorga 2009

MAGNUS Mineralbrunnen: Mit regionaler Stärke gegen die Krise

○ Neuer Internetauftritt und frisches Etikettendesign

Norderstedt, 8. März 2009 – „Die Krise ist zwar da, aber es kommt darauf an, was man daraus macht“, sagt Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin von MAGNUS Mineralbrunnen. Im Vorfeld der Internorga gibt sich der norddeutsche Brunnen betont kämpferisch. Mit überarbeiteter Gastronomie-Range und renoviertem Internetauftritt geht das Unternehmen in Hamburgs Messehallen an den Start. Um seine Marktposition im Norden weiter auszubauen, setzt MAGNUS Mineralbrunnen verstärkt auf die Vermarktung regionaler Werte.

„Das Jahr 2009 wird nicht leicht, aber das ist noch lange kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken“, findet Gaby Gaßmann. „Wir haben uns bewusst für eine Teilnahme an der Internorga entschieden, weil wir als norddeutscher Brunnenbetrieb Flagge zeigen wollen.“ So wurden pünktlich zum Messetermin die Website überarbeitet und nach dem Relaunch der Handels-Range im letzten Jahr die Etiketten von MAGNUS Imperial erfrischt. Insbesondere mit dem Absatz der Gastronomie-Range kann das Unternehmen große Erfolge im Norden verbuchen. So hat sich der Absatz von MAGNUS Imperial in den letzten zwölf Monaten mehr als verdoppelt. „Das ist maßgeblich der Kraft und der Kreativität der gesamten MAGNUS Mannschaft zu verdanken“, stellt Gaby Gaßmann fest.

„Mit unserer klaren Ausrichtung auf Norddeutschland haben wir Pluspunkte bei unseren Kunden gewonnen“, sagt Marc Böttcher, Leiter Gastronomie bei MAGNUS Mineralbrunnen.

„Gastronomen schenken ihren Gästen immer häufiger Wasser aus der Region ein. Die Vorteile liegen auf der Hand: Weniger Transportkosten, bessere Ökobilanz und mehr regionales Bewusstsein.“

MAGNUS Imperial: Edler, klarer, schöner

Passend zur Messe wurde das Etikettendesign von MAGNUS Imperial weiter überarbeitet. Das Ergebnis sind noch besser lesbare Etiketten mit deutlich mehr Eleganz. So wurde das

Etikettenpapier einer besonderen Behandlung unterzogen, damit die Flaschen auf dem Tisch eine noch bessere Figur machen. Das Design der Flasche, mit dem vertikalen MAGNUS-Logo, wurde beibehalten. Neu in der Gastronomie-Ausstattung ist ein Konferenzkühler für sechs 0,25l-Gebinde. MAGNUS Imperial ist in zwei Größen (12 x 0,75l und 20 x 0,25l-Glasflasche) und in den Sorten „Feinperlig“ und „Still“ erhältlich.

Über MAGNUS Mineralbrunnen

Die MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG ist mit mehr als 45 Millionen Abfüllungen im Jahr einer der größten Getränkehersteller in Norddeutschland. Das familiengeführte Unternehmen blickt auf eine mehr als 100-jährige Tradition zurück und vertreibt seine Produkte hauptsächlich in Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern. Ein klares Bekenntnis zur Region, ein vielfältiges Produktangebot, sowie höchste Qualität zeichnen das Unternehmen aus. So wurde das natriumarme Mineralwasser MAGNUS Medium von der Verbraucherzeitschrift Öko-Test 2005 und 2007 mit der Note „sehr gut“ ausgezeichnet. Am Standort Norderstedt werden fast 20 verschiedene Erfrischungsgetränke ausschließlich in umweltfreundlichen Glas- und PET-Gebinden abgefüllt. Die Produktpalette reicht von Mineralwässern, über Schorlen bis zu Near Water-Getränken. Mit MAGNUS Imperial bietet der unabhängige Brunnenbetrieb eine Produktlinie für die Hotellerie und Gastronomie an.

Mehr Informationen

MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG
Gaby Gaßmann
Langenharmer Weg 211
22844 Norderstedt
eMail: g.gassmann@magnus-mineralbrunnen.de
Tel.: 040-30390990

SCHULTZEPLUS
Thomas Schultze
Amsinckstraße 70
20097 Hamburg
eMail: ts@schultzeplus.de
Tel.: 040-23166754