

# Grün ist jetzt Blau und Blau ist Grün

Brückenaauer Mineralwasser macht auf modern – Vier neue Fruchtgetränke

Von unserem Redaktionsmitglied  
BARBARA BEDACHT

**BAD BRÜCKENAU** Frühlingsstimmung bei der Staatlichen Mineralbrunnen AG: Seit wenigen Tagen sind die Produkte mit neuen Etiketten im Handel. Der Kunde staunt im ersten Moment über die Veränderung. Und muss auch ein wenig aufpassen: Wer spritziges Brückenaauer trinkt, muss jetzt zu Blau statt zu Grün greifen, bei Medium ist es genau umgekehrt.

„Die Marke wird jünger werden.“ Das hatte Vorstandsvorsitzender Ingo Vialon vor gut einem halben Jahr versprochen. Jetzt ist es soweit. Die eher bieder wirkenden Etiketten waren gestern, jetzt kommt Bad Brückenaauer modern und zugleich elegant daher.

Der Regenbogen ist schmaler, dünner und kürzer geworden. Es hatte auch Überlegungen gegeben, ihn ganz vom Etikett zu entfernen. „Aber wir haben schnell gemerkt, wenn der Regenbogen nicht drauf ist, fehlt den Leuten was“, sagt Vialon. Genauso ist es mit dem Bild vom Kur-saal und mit dem Zusatz „Staatlich“. Der werde nicht als negativ, sondern als Qualitätsiegel empfunden, hat die Marktforschung ergeben.

Sieben oder gar acht Jahre ist das alte Erscheinungsbild alt. Das ist für einen Markenartikel viel, sagt Vialon. Deswegen wollte er die Marke jetzt „einmal neu aufstellen“. Künftig seien dann jährlich oder alle zwei Jahre nur Feinabstimmungen nötig. Zwei Agenturen erarbeiteten eine Vielzahl von Vorschlägen. Dann ging es in die Marktforschung. 172 Verwender und Nicht-Verwender haben ihre Beurteilung abgegeben. Die sieben Marktforschungsrunden fanden in Bad Brückenaauer, Würzburg, Fulda und Nürnberg statt.

Bislang war Brückenaauer mit seinen Farben ein Außenseiter in der Mineralwasserlandschaft. Die meisten Mitbewerber haben die gleiche Farbgebung für die Sorten mit viel und mit wenig Kohlensäure. Brückenaauer gleicht sich jetzt an die ty-



Bad Brückenaauer Mineralwasser hat ein neues Erscheinungsbild und dabei auch die Farben gewechselt: Früher stand blau für Medium, grün für spritzig. Bei den neuen Etiketten ist es genau umgekehrt und damit wie bei vielen Mitbewerbern. Rosa gibt es gar nicht mehr. Das Mineralwasser ohne Kohlensäure heißt jetzt „naturell“, hat einen silberfarbenen Verschluss und ein blau-graues Etikett.

FOTOS BARBARA BEDACHT



Neues Produkt, neues Design – Vorstandsvorsitzender Ingo Vialon zeigt die neue Bad Brückenaauer Blutorange.

pische Farbgebung an mit Blau für Spritzig und Grün für Medium.

Rosa fällt weg. Das Mineralwasser ohne Kohlensäure hatte bisher rosafarbene Etiketten, und die PET-Flaschen hatten einen roten Verschluss. Jetzt heißt dieses Produkt nicht mehr „ohne Kohlensäure“ sondern „naturell“ und hat Etiketten in Silber mit etwas Blau. Die Verschlusskappe der PET-Flasche ist silbern. Damit will die Mineralbrunnen AG den Premiumcharakter des Wassers ohne Kohlensäure unterstreichen. Anders als bei Spritzig und Medium gibt es für Wasser ohne Kohlensäure keine einheitliche Farbgebung der verschiedenen Anbieter.

Sämtliche Brückenaauer Produkte haben jetzt die neuen Etiketten. Allerdings dauert es einige Wochen, bis aus den Regalen im Getränkehandel die Flaschen mit den alten Etiketten abverkauft sind.

Ende März kommen auch drei neue Süßgetränke made in Bad Brückenaauer in den Handel. Es sind kalorienreduzierte Mixgetränke mit den Geschmacksrichtungen „Apfel Pflaume“, „Birne Anis“ und „Orange Ingwer“. Die Produkt-Kompositionen sind aus der Ayurveda-Lehre abgeleitet, sagt Vialon. Das wird allerdings auf den Flaschen nicht beworben. Die drei Fruchtgetränke kommen in Halbliter-PET-Flaschen auf den Markt. In dieser Abfüllung gibt es auch das vierte neue Produkt „Blutorange“, das allerdings auch in 0,7-Liter-Glasflaschen.

„Ich bin begeistert. Mir gefällt es richtig gut.“ Ingo Vialon, Vorstandsvorsitzender

Mit der neuen Ausstattung gelingt es nach Ansicht Vialons, Moderne und Tradition zu verbinden: „Ich bin begeistert. Mir gefällt es richtig gut.“ Bei der Marktforschung hatte sich bestätigt, was auch Aktionäre kritisiert hatten. Die Marke Brückenaauer wirkte im Vergleich mit anderen Mi-

neralwässern in derselben Preiskategorie als zu konservativ und altmodisch. Die Verbraucherbefragung habe auch gezeigt, dass die Qualität aus der König-Ludwig-I-Quelle unbestritten sei. Aber die bisherige Präsentation habe das nicht mehr vermittelt.

Jetzt sind die Außendienst-Mitarbeiter unterwegs, um im Handel das neue Erscheinungsbild und den Farbwechsel zu erläutern. Mancher Getränkemarktleiter war am Montag zunächst mal erstaunt, dass Brückenaauer plötzlich anders aussieht. Die Kunden sollen mit Verlosungen und Plakatwerbung auf die Neugestaltung aufmerksam gemacht werden.

Mit Spannung darf man auf die Aktionärsversammlung am 17. Juli schauen. Noch macht der Vorstandsvorsitzende keine Angaben zur Geschäftsentwicklung 2008. Bei der Hauptversammlung im vergangenen Sommer hatten sich Vorstand und Aufsichtsrat viel Kritik anhören müssen, weil das Unternehmen seit 2003 negative Ergebnisse erwirtschaftet.