13.10.2016 – 09:00 Uhr

Frisch, fruchtig und frech: der neue Markenauftritt von Michel

Rothrist (ots) -

Die Schweizer Fruchtsaftgetränkemarke Michel präsentiert sich im neuen Gewand. Der erfrischende Markenauftritt umfasst eine neue Positionierung, neu gestaltete Etiketten und eine fröhliche Werbekampagne.

«Michel - Inspired by fruits». So lautet die neue Markenpositionierung von Michel. Die Schweizer Fruchtsaftgetränkeherstellerin aus dem Hause Rivella hat sich einem ganzheitlichen neuen Auftritt unterzogen. Von den Etiketten über die Verpackungen bis hin zur Werbekampagne kommt alles im neuen Gewand daher. Und dieses kann sich sehen lassen.

Der neue Markenauftritt wirkt aufgeräumt und modern. Auf den Etiketten werden die jeweiligen Früchte prominent und schmackhaft abgebildet - auf Schnick-Schnack wird verzichtet. Dafür bekommt jede Varietät ihre eigene kleine Geschichte, die mit witzigen Illustrationen erzählt wird. Die sonnengereiften Orangen von Michel Orange Premium liegen beispielsweise auf einem gezeichneten Badetuch, Michel Bodyguard bekommt zwei kräftige, schützende Arme, während dem Betrachter auf Michel Sunshine eine skizzierte Sonne entgegenstrahlt.

Übrigens: Genauso natürlich wie der bewährte, fruchtige Inhalt sind nun auch die Etiketten. Denn diese sind ab sofort aus Papier. Und selbstverständlich findet auch das Max Havelaar Fairtrade-Logo wieder seinen Platz auf den neuen Labels von Michel Orange Premium, Michel Bodyguard, Michel Sunshine und Michel Orange Passion. Denn Nachhaltigkeit und faire Bedingungen für die Produzenten gehören zu Michel wie die Früchte. Als erste Getränkemarke hat Michel auf den Etiketten Fairtrade Codes integriert. Gibt man den Code auf der Max Havelaar Webseite ein, erscheinen die Angaben zu den Kooperativen, von denen die Früchte stammen. «Inspired by fruits» ist auch die neue Werbekampagne, in der Menschen mit einem Augenzwinkern verschiedene Lebenssituation meistern. Zusammen mit der humorvollen Kampagne sollen die spielerisch illustrierten Frucht-Geschichten Jugendliche und Junggebliebene vermehrt auf den Geschmack von Früchten bringen. «Mit dem Relaunch der Marke Michel wird eine neues Kapitel in der bald 90-jährigen Geschichte von Michel aufgeschlagen: ein modernes, frisches und mutiges», erklärt Erland Brügger, Geschäftsleiter der Rivella AG.

Das neue Michel Design kommt an. Das behauptet die Schweizer Getränkeherstellerin nicht nur einfach so, das gibt es schwarz auf weiss: Bei Tests und Befragungen schliesst der neue Auftritt mit Bestnoten ab.

Die neuen Michel Fläschchen sind ab sofort im 20cl und 100cl Glas sowie in 33cl, 50cl und 100cl PET in der

Gastronomie und im Detailhandel erhältlich. Weitere Informationen gibt es auf www.michel.swiss .

Pressebilder kostenlos unter www.photopress.ch/image/rivella

Kontakt:

Kontaktperson bei Rivella: Monika Christener, Leiterin
Unternehmenskommunikation,
Telefon 062 785 41 11, Mobile 079 602 08 27
monika.christener@rivella.ch.

Medieninhalte

Erland Brügger, Geschäftsleiter Rivella AG, an der Michel-Abfüllanlage in Rothrist (Rivella AG/PPR/Gaetan Bally). Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100001178 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Rivella AG/GAETAN BALLY"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100001178/100794194 abgerufen werden.