



Presseinformation

Antersdorfer Mühle: Markenrelaunch zur Biofach 2018 Überarbeitung des Sortiments & Neuprodukte Kreation eines neuen CIs mit umweltorientierter Design-Agentur mörz punkt

Pünktlich zur internationalen Leitmesse der Biobranche – der Biofach 2018 – präsentiert sich das Familienunternehmen in modernem und dynamischem Look und gleichzeitig von seiner traditions- und wertebewussten Seite. Die Antersdorfer Mühle stellt sich mit überarbeitetem Produktsortiment und Markenauftritt den Herausforderungen als traditionelle Bio-Marke auf dem deutschen Markt. Neben Mehl, Getreide und Getreideprodukten liegt der Fokus auf Fertiggerichten, Backmischungen und zwei Eiersatzprodukten. Ein weiterer Schwerpunkt ist das Ursprungssortiment: Champagnerroggen, Dinkel, Bayerischer Buchweizen, Rottaler Ur-Mais-Grieß und Rottaler Ur-Mais-Mehl. Diese teilweise der Normierung der Landwirtschaft zum Opfer gefallenen Produkte werden von namentlich genannten Landwirten in der Umgebung angebaut – was mittels neuem Verpackungsdesign, gestaltet von mörz punkt in München, für jeden sichtbar ist.

Verfügbarkeit ausschließlich im Biofachhandel

Mit dem attraktiv gestalteten Relaunch möchte die Antersdorfer Mühle auch den Biofachhandel unterstützen. „Wir wissen um die aktuelle Schwierigkeit, neue Kunden zu gewinnen, da Biomarken heute teilweise auch im LEH erhältlich sind“, so Johann Priemeier, Geschäftsführer der Antersdorfer Mühle. „Das gilt sowohl für uns als auch den Biofachhandel allgemein. Mit der Konzentration auf den Biofachhandel geben wir dem Biofachhandel eine Marke an die Hand, mit der er sich wieder gegenüber dem LEH profilieren kann. Der Kunde kann Produkte einer glaubhaft bodenständigen Marke erwerben, die 100 Prozent Ökoprodukte garantieren kann“, so Priemeier stolz. Klare Ziele des Markenrelaunches sind die Unterstützung des Biofachhandels und die deutschlandweite Verfügbarkeit.

Fachhandelstreue steht für Johann Priemeier, sowie dessen Sohn, Johannes Priemeier, designierter Geschäftsführer, an erster Stelle; genauso wie Mühlentradition. Diese soll auch in fünfter Generation weitergeführt werden. Gleichzeitig bringen beide das Familienunternehmen mit innovativen Produkten voran und haben dabei die Zukunft der Branche im Blick.



Johannes Priemeier und Johann Priemeier



Presseinformation

Beide Intentionen spiegelt schon das Logo gut wieder: Das runde Logo nimmt Bezug auf das Mühlrad, die Ähren symbolisieren die Mühlentradition und stellen das Kernsortiment dar. Den Hinweis auf die Bio-Kompetenz gibt der Untertitel.



Links: Logo bis Ende 2017, rechts: neues Logo ab Februar 2018

Pressestelle

modem conclusa gmbh, Jutastraße 5, 80636 München

Sarah Menz, T. 089 746308-32, menz@modemconclusa.de

Uti Johne, T. 089 746308-39, johne@modemconclusa.de

Weitere Informationen zum Unternehmen unter <http://news.cision.com/de/antersdorfer-muehle>