

Mini-Glasflaschen für Berentzen

Traditionelle „V-Shape“ prägt
neue 0,02-l-Weißglasflaschen

Der Getränkehersteller Berentzen hat sein Spirituosen-Sortiment um neue 0,02-l-Glasflaschen ergänzt. Seit April 2008 werden einige der beliebten Spirituosen-Produkte des Unternehmens aus dem niedersächsischen Haselünne auch in 0,02-l-Glasflaschen angeboten. Zu den Sorten gehören „Roter Apfel“, „Apfel“, „Saurer Apfel“, „Waldfrucht“, „Plum“ und „Wildkirsche“. O-I, der weltweit führende Hersteller von Glasflaschen, wurde mit der Produktion beauftragt.

Die neuen Miniflaschen werden in erster Linie für Promotion-Aktionen bei Produkteinführungen oder Sonder-Editionen zum Einsatz kommen. Der Kleinflaschen-Fußball-Mix zur Europameisterschaft 2008 war hierzu der Startschuss. Die limitierte Auflage bestand aus 24 Glas-Kleinflaschen aus der Serie „Berentzen Fruchtige“. Der Clou an diesem besonderen Fußball-Mix: Jeweils acht 0,02-l-Glasflaschen der Sorten „Berentzen Waldfrucht“,

„Berentzen Roter Apfel“ und „Berentzen Apfel“ ergaben zusammen die Farben der deutschen Flagge: Schwarz, Rot und Gold.

Notwendige Sauerstoff-Barriere

Der Grund für die ergänzende Aufnahme der Glasflaschen besteht in zwei Eigenschaften von Glas: Der eine

liegt in der Beschaffenheit des Materials. Viele Konsumenten ziehen gerade bei Spirituosen Glas als Verpackungsmaterial anderen vor. Außerdem kommt Glas den Wünschen der Verbraucher nach einem hochwertigen und ästhetisch ansprechenden Verpackungsmaterial entgegen, das alle Sinne anspricht – Riechen, Tasten, Sehen und Schmecken.

Der zweite Grund liegt in der hohen Sauerstoffbarriere von Glas. Gerade für die Produkt-Samplings der neuen Sahneliköre wie „Berentzen Karamell“ oder „Berentzen Milch-Kaffee“ wird eine hohe Sauerstoff-Barriere benötigt. Diese kann von allen zur Verfügung stehenden Materialien nur Glas in ausreichender Form aufweisen.

V-Shape für hohe Wiedererkennung

Sämtliche neuen 0,02-l-Glasflaschen von Berentzen sind traditionell aus Weißglas gefertigt und werden im O-I-Werk im niedersächsischen Holzmin-den produziert. Dank der Transparenz werden die vielfältigen Farbtöne der einzelnen Sorten für den Verbraucher sichtbar. Vor allem in den Mix-Verpackungen, wie die zur Fußball-EM, kommt die Farbvielfalt der Produkte auf diese Weise besonders zur Geltung. Generell schafft der freie Blick auf den Flascheninhalt beim Verbraucher Vertrauen in die Reinheit der Produkte – ein Aspekt, auf den Berentzen besonderen Wert legt.



Die neuen
0,02-l-Glasflaschen
von Berentzen werden
von O-I in Holzmin-den hergestellt.



O-I produziert neben den Original Berentzen-Glasflaschen unter anderem auch die für die Wodka-Marke Puschkín.

Wie alle anderen Berentzen Produkte, die in der Original Berentzen-Glasflasche abgefüllt sind, verfügen auch die neuen Flaschen über das typische, sogenannte „V-Shape“. Die im oberen Drittel gesetzte Vertiefung in Form eines „V“ sorgt am POS für einen hohen Wiedererkennungswert. Zudem spricht es beim Verbraucher den Tastsinn an und sorgt für positive Emotionen.

„Der Einsatz solcher Designmerkmale bei Glasflaschen wird immer häufiger. Gerade im Spirituosen-Segment finden sich zunehmend aufwendig gestaltete Produkte“, weiß Stefanie Lenz, Innovation Project Manager Europe. „Auf diese Weise grenzen sich Produkte von anderen ab und verschaffen sich eine eigene Markenidentität. Das Design ist auch bei Glasflaschen ein wichtiges Marketinginstrument.“

Know-how im Bereich des Glasverpackungs-Designs

Neben der Produktion von Glasflaschen bietet O-I große Erfahrungen im Bereich des Glasverpackungs-Designs: Einige der auffälligsten Flaschendesigns sind das fruchtbare Ergebnis der engen Zusammenarbeit mit dem Produktentwicklungsteam des Herstellers. Hier wird zusammen mit dem Kunden das Design für eine Flasche entwickelt bzw. nach den Entwürfen des Kunden für die Produktion optimiert.

In der angeschlossenen Formenwerkstatt werden anschließend einzelne Formenmuster hergestellt, die nach Freigabe durch den Kunden dann in die Serienproduktion gehen. Zusätzlich bringen die erfahrenen Mitarbeiter in der Produktion ein enormes Fachwissen mit. Zum Beispiel bei O-I in Holzmin-

den, wo zu rund 90 Prozent exklusive Glasflaschen für das Spirituosensegment produziert werden.

Die Erfolgsgeschichte so mancher innovativer und ikonischer Verpackungen hat durch diese enge Zusammenarbeit ihren Anfang genommen. Die zylindrische Flasche für das Mineralwasser „Voss spring water“ gehört ebenso

dazu wie die preisgekrönte „Wave 66“ der finnischen Quellwassermarke Veen Waters. Letztere gewann den ersten Platz beim ältesten und renommiertesten Design-Award, dem Good Design Award 2007. Außerdem erhielt die Flasche die Pentawards 2007 in Bronze. Auch bei den bottledwaterworld Awards 2007 in Mexico City wurde die Glasflasche ausgezeichnet: Sie erhielt den Titel in der Kategorie „Beste Glasflasche“.

Langjährige Zusammenarbeit

O-I und Berentzen – das steht für eine langjährige Zusammenarbeit zweier Traditionsunternehmen. Die Haselünner feiern in diesem Jahr ihr 250-jähriges Jubiläum und können eine ebenso lange Erfahrung in der Herstellung von Likören und Spirituosen vorweisen. Mit Berentzen „Apfel“ gelang der Marke im Jahr 1976 der Durchbruch – in der Original Berentzen-Glasflasche, die ebenfalls in der damals noch eigenständigen Glashütte Holzminden hergestellt wurde. Neben den Original-Berentzen-Glasflaschen in den Größen 1-l, 0,7-l, 0,35-l, 0,1-l, 0,04-l und 0,02-l produziert O-I auch den Glasbehälter u. a. für die Berentzen-Marken Puschkín und Doornkaat. (inc) □