

FrankfurterRundschau
FR-online.de
26. April 2006

Lokalnachrichten
Anzeigenmarkt | Anzeige aufgeben | Abo-Angebote

Startseite

In- & Ausland

Nachrichten

Wirtschaft

Panorama

Sport

Kultur & Medien

Multimedia

Wissen & Bildung

Wetter

Frankfurt & Hessen

Lokalnachrichten

Aktuelle Meldungen

▶ Frankfurt

Darmstadt

Wiesbaden

Offenbach

Hanau

Bad Homburg

Regionalsport

Freizeitippis

Lokale Services

Anzeigenmarkt

Stellenmarkt

Immobilienmarkt

Kfz-Markt


Weitere Märkte

Informationen

Anzeigenservice

Anzeige aufgeben

Fußball-WM 2006



Marktplatz

FR Reisen

FR Tel

Partnersuche

Verlagsservice

Abo-Service

Mediadaten

FR Altenhilfe

Über die FR

Impressum FR

Kontakt

Suche/Archiv

Frankfurt ◀ zurück

Äppler mit Kunstgeschmack

"Fichtekranz" - eine weitere Absatzoffensive fürs Stöffche

VON NADJA ERB

Es war Freitag, der 13., als Künstler Tom Keil im Sturmschritt die Stufen zu den Räumen der Agentur ID4 erklimmte und, oben angelangt, in den Raum brüllte: "Jungs, ich hab's! Wir machen 'nen I-Bembel!" Ein halbes Jahr später war aus Keils Idee, Apples I-Pod, Inbegriff für Coolness und Innovation, mit Äpplers Bembel, Markenzeichen für hessisch-traditionelle Gemütlichkeit, zu verbinden, eine neue Apfelwein-Marke entstanden. So will es die Legende der Produktentwickler von ID4.

Fakt ist, dass die Industriedesigner um Florian Craciun zusammen mit der Kelterei Heil aus Laubus-Eschbach ab sofort Hessen und den Rest der Welt mit einem Apfelwein namens "Fichtekranz" erobern wollen. In handlichen 250-Milliliter-Flaschen ist das Getränk zu haben, süß gespritzt mit Apfelsaft statt Limonade oder sauer gespritzt. Auf den modisch designten hellgrünen und orangenen Etiketten steht der Werbespruch "Apfelwein von glücklichen Äpfeln", soll heißen: aus biologischem Anbau.

Damit und mit Adjektiven wie naturrein und kalorienarm wollen die Macher von ID4 und Kelterei-Inhaber Martin Heil "die Leute erreichen, denen die Äpplertradition bisher nicht so nahe kam". Ziel ist es, die "Fichtekranz"-Flaschen überall dort an die Durstigen zu bringen, wo es bisher keinen Äppler gab oder nur aus Flaschen ausgeschenkt wurde: in Bars und Clubs, in hippen Lokalen, wo ein Bembel im Barregal seltsam anmuten würde. "Uns ist aufgefallen, dass in vielen hippen Läden in Frankfurt wie dem Cocoon oder der Sansibar kein Äppler zu kriegen ist", sagt Craciun. In normalen Getränkemärkten, aber auch in Bioläden soll es "Fichtekranz" geben. Der Vergleich mit "Bionade" drängt sich da auf.

Das Stöffche soll also moderner werden. Heil will aber auch testen, ob sein Apfelwein nicht auch außerhalb der Grenzen Hessens ankommt. Erstes Testfeld dafür soll Berlin sein. Hier wollen die Macher von ID4 ihre Kontakte nutzen und Modeläden, Friseure, Agenturen, Galerien und Plattenläden eindecken. "Wir haben aber keinen großen Werbeetat, deshalb sind wir auf Hilfe angewiesen", sagt Craciun.

Die soll von anderen kreativen Köpfen kommen. Die erhalten die Möglichkeit, die Rückseite der Etiketten zu gestalten. Jeweils 30 000 Flaschen werden damit dann produziert. Im Gegenzug sollen die Designer Werbung für "Fichtekranz" machen, im Freundekreis und in der Lieblingsbar um die Ecke. Das Etikett der ersten Serie stammt von der Künstlerin Nora Breidert. Wer die Kunstwerke auf der Flasche sammeln will, kann sie ganz leicht abziehen.

Trotz all der Hipness will Martin Heil seine neue Marke aber nicht als modische Eintagsfliege verstanden wissen. "Das passt nicht zum Äppler." Und schließlich werbe er nicht mit einem leeren Image, sondern mit den "echten Eigenschaften des Apfelweins".


Wer ein Etikett für "Fichtekranz" entwerfen will, sollte sich an Florian Craciun von ID4 wenden, Telefon 0 61 51 / 87 06 80. Das Motto für die erste Reihe ist "Heimat". Einsendeschluss ist der 31. Mai.

www.fichtekranz.de

Suche

Anzeige

FR Blog



Wie gefällt Ihnen das neue Design von FR-online? Sagen Sie uns im Blog Ihre Meinung!

▶ Zum FR-Blog

Oder stimmen Sie ab:

▶ Zum Voting

Anzeige

Googoooogle-Anzeigen

Khatami Marketing Service

Uni-Parties, Disco-Promotions, Street-Promotions und vieles mehr.

www.khatami.de

Gramm Werbeagentur

Markenaufbau, Markenführung Integrierte Kommunikation

www.gramm.de

FR Online Interaktiv

▶ E-Paper ▶ Abo bestellen

▶ Blog ▶ RSS-Feeds


▶ Forum

Anzeigenmarkt

Stellenmarkt	613
Immobilienmarkt	3873
Kfz-Markt	693
weitere Märkte	6057

Web-ID:

Der Freizeit-Planer



Kino, Kunst, Konzert, Theater, Ausgehen: Nichts mehr verpassen in Frankfurt