

1 Presseinformation

2

3 **Karla kommt !**

4 *Erstes Apothekenbier geht national/Startschuss am 21. September auf der Expopharm in*
5 *München*

6

7 Jetzt ist es offiziell: Karla, das weltweit erste Wellnessgetränk auf Bierbasis, das
8 exklusiv in Apotheken vertrieben wird, startet den nationalen Vertrieb. „Seit Karla im
9 Mai 2005 eingeführt wurde, hat die überwältigende Resonanz der Kunden unsere
10 Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern sogar bei weitem übertroffen“ erläutert Dr.
11 Richard Weber, Geschäftsführender Gesellschafter der Karlsberg Brauerei KG Weber.

12

13 Auf der Expopharm, der weltweit bedeutendsten Pharma-Messe, präsentiert sich Karla
14 gemeinsam mit dem Vertriebspartner Amapharm einem breiten Publikum. Vom 21. bis
15 24. September treffen sich hier Aussteller und Besucher aus ganz Europa zum
16 „Branchentalk“. Aktuelle Trends und wichtige Entwicklungen auf dem
17 pharmazeutischen Markt werden vorgestellt und diskutiert.

18

19 „Natürlich haben wir im Vorfeld der Messe bereits vorgearbeitet. Gemeinsam mit
20 unserem Vertriebspartner Amapharm stehen wir mit 800 Apotheken in ganz
21 Deutschland in Verhandlungen.“ erklärt Andreas Kaufmann, Strategischer
22 Projektleiter der Karlsberg Brauerei GmbH.

23 Durch die starke Berichterstattung in nationalen und internationalen Medien sind
24 viele Interessenten auf Karla aufmerksam geworden, die das Wellnessgetränk in ihren
25 Heimatländern vermarkten möchten.

26 Mit Karla haben das Karlsberg Institute of Bioscience, die Karlsberg Brauerei und die
27 saarländischen 1A-Gesund-Apotheken ein neuartiges Produkt entwickelt und auf
28 einen in der Branche bisher einzigartigen Vertriebsweg gesetzt. Karla, ist aktuell in
29 zwei Sorten erhältlich. Karla well-be und Karla balance - die sich in Geschmack und
30 Wirkung gegenseitig ergänzen.

31 Karla balance sorgt für Ruhe und Ausgeglichenheit. Seine beruhigende Wirkung
32 erzielt das Mischgetränk durch Hopfen- und Melissenextrakte sowie seinen leichten
33 Alkoholgehalt von nur 1,0 % Volumen. Harmonisch abgerundet wird der leichte
34 Biergeschmack mit ausgewählten Fruchtkomponenten. Karla well-be unterstützt
35 durch seine Inhaltsstoffe Folsäure, Lecithin und Sojaextrakte das tägliche
36 Wohlbefinden. Beide Getränke wurden speziell für die Anforderungen aktiver
37 Menschen mittleren Alters entwickelt, die für die Harmonie von körperlichem und
38 geistigem Wohlbefinden von zentraler Bedeutung ist.

39 „Was gut ist darf auch gut schmecken“ – so das Credo von Karla. Auf der Expopharm
40 können sich die 20.000 erwarteten Besucher hiervon überzeugen.

41 **Karla auf der Expopharm: Messegelände München, Halle C 4, Stand C 13**

42

Weitere Informationen für die Presse und Bildmaterial:

Hans-Christoph Bonfert / Petra Huffer
Tel.: + 49 (0) 6841/105-803, FAX: -488
Karlsberg Brauerei
Postfach 1351, D-66404 Homburg (Saarpfalz)
E-mail: pr@karlsberg.de
Internet:
<http://www.karlsberg-presse.de>
<http://www.karlsberg-verbund.de/karla>
Homburg, 21.09.2006

43 **KIOBIS – Karlsberg Institute of Bioscience**

44 KIOBIS fördert den Wissenstransfer zwischen der Universität des
45 Saarlandes und der Karlsberg Brauerei besonders im Bereich
46 ernährungsphysiologischer und biotechnologischer Forschung
47 sowie die Umsetzung dieser Erkenntnisse in Produkte. Das
48 Karlsberg Institute of Bioscience GmbH & Co. KG wurde als
49 Tochtergesellschaft im Unternehmensverbund Karlsberg im Jahre
50 2000 gegründet. Berührungspunkte mit den angestammten
51 Geschäftsfeldern des Karlsberg Verbunds (Getränke und
52 Dienstleistungen) werden vor allem in den Bereichen Functional

53 Food, Entwicklung neuer Oberflächen für Produktions- und
54 Abfüllanlagen, Gebäudeflächen und Verpackungen sowie im
55 Umweltsektor („nachhaltiges Wirtschaften“) gesehen.
56

57 **KARLSBERG BRAUEREI**

58 Tradition und Innovation prägen von Beginn an die
59 Entwicklungsgeschichte der von Christian Weber im Jahr 1878
60 gegründeten Brauerei. Heute nimmt die Karlsberg Brauerei einen
61 Platz unter den Top Ten der Getränkebranche ein. Mit einem
62 sicheren Gespür für Trends hat sich das Unternehmen in den
63 vergangenen Jahren zu einem innovativen Markensortimenter
64 entwickelt. Das Credo der Brauerei: Heute tun, was andere
65 morgen denken. Zu dem klassischen Biersortiment Karlsberg
66 UrPils, Karlsberg UrMild, Gründel’s Alkoholfrei und Zischke
67 kommen stetig neue Produkte und Gebinde hinzu, die dem
68 Zeitgeist entsprechen. Mit Karlsberg MiXery, dem Mix aus
69 Bier+Party+X hat sich die Homburger Brauerei europaweit den
70 Ruf eines Marktinnovators erworben und hat ein neues Segment
71 auf dem Biermarkt erschlossen. Mit den Trendgetränken MiXery
72 und Desperados hat Karlsberg bei der jungen erwachsenen
73 Zielgruppe immer die Nase vorn. Das Unternehmen arbeitet seit
74 2003 in einer Kooperation mit dem niederländischen Braukonzern
75 Heineken N.V. und der Brau Holding International AG
76 zusammen. Gut aufgestellt mit internationalen Partnerschaften
77 bahnt sich die Brauerei den Weg in eine wachstumsstarke
78 Zukunft. Das Unternehmen ist eine der wichtigsten Keimzellen
79 des Karlsberg Verbunds. Dieser ist heute in sechs
80 Kerngeschäftsfeldern tätig. Über das Biersegment hinaus bietet
81 der internationale Multi-Channel-Verbund Getränke und
82 Dienstleistungen rund um den täglichen Genuss an: Von
83 Fruchtsäften, Erfrischungsgetränken und heißen Getränken über
84 Transport- und Eventdienstleistungen bis hin zu Sandwichs oder
85 Snacks. Damit besetzten die Verbundsunternehmen zukunfts- und
86 erfolgsorientierte Felder am Markt.