

1 **Weltpremiere: Bier jetzt auch in der Apotheke**
2 **KARLA balance und KARLA well-be am Markt eingeführt**

3
4 Das gab es noch nie. Als erste Brauerei der Welt verkauft Karlsberg Bier in der
5 Apotheke. Hopfen-Wellness für Ruhe und Wohlbefinden - dafür steht die eigens
6 für den Apothekenvertrieb entwickelte Marke KARLA. Bier ist gesund. Das
7 belegen zahlreiche Studien. „Als reines Naturprodukt – geschützt durch das
8 deutsche Reinheitsgebot – bietet deutsches Bier einen hervorragenden
9 Grundstoff für ein Gesundheitsgetränk“, erläutert Dr. Richard Weber,
10 Geschäftsführender Gesellschafter der Karlsberg Brauerei.

11
12 Bei der Entwicklung der neuen Marke KARLA hat Karlsberg nichts dem Zufall
13 überlassen: Unter Anleitung des Karlsberg Institute of Bioscience (Kiobis), einem
14 Unternehmen des Karlsberg Verbunds, arbeiteten Wissenschaftler, Brauer und
15 Apotheker Hand in Hand. Als Partner konnte Karlsberg den Apothekenverbund
16 „1A-Gesund“ – einem Zusammenschluss von 20 saarländischen Apothekern –
17 gewinnen. Wissenschaftliche Erkenntnisse trafen so auf praxisnahes Know-how.
18 Aus dem gemeinsamen Erfahrungsschatz wurden Indikationen benannt,
19 Zielgruppen definiert und Rezepturen entwickelt. Manuel Meissner, Sprecher von
20 1A-Gesund, berichtet: „Der Grundgedanke, Wirkstoffe aus der Apotheke mit dem
21 guten Geschmack von Karlsberg zu verbinden, ist bei allen Beteiligten auf große
22 Zustimmung gestoßen. Die Idee trifft den Nerv der Zeit. Man möchte sich, seinem
23 Körper und seinem Geist Gutes tun und da darf der Genuss nicht zu kurz
24 kommen.“

25
26 Mit der Platzierung in der Apotheke setzt Karlsberg auf eine eindeutige
27 Differenzierung von „unspezifischer“ Wellness-Interpretation. Aber auch die
28 Marktpotenziale sind erheblich: Über 21.500 Apotheken können national für das
29 neue Wellness-Getränk KARLA erschlossen werden. „Darüber hinaus bieten
30 Apotheken als Point of Sale für KARLA ein hohes Maß an Beratung und
31 Glaubwürdigkeit bei den gesundheitsbewussten Konsumenten“, so Karlsberg-
32 Chef Dr. Weber.

33
34 Karlsberg präsentiert KARLA in zwei Sorten, die sich im Geschmack und in der
35 Wirkung ergänzen. KARLA balance sorgt für Ruhe und Ausgeglichenheit. Seine
36 beruhigende Wirkung erzielt KARLA balance durch Hopfen- und
37 Melissenextrakte, sowie seinen leichten Alkoholgehalt von nur 1,0
38 Volumenprozent. Der leichte Biergeschmack wird mit ausgewählten
39 Fruchtkomponenten bekömmlich und harmonisch abgerundet. KARLA well-be
40 unterstützt durch seine Inhaltsstoffe Folsäure, Lecithin und Sojaextrakte das
41 tägliche Wohlbefinden. Harmonie von körperlichem und geistigem Wohlbefinden
42 ist für viele Menschen in der Mitte des Lebens von zentraler Bedeutung. KARLA
43 well-be wurde speziell für diese Anforderungen der aktiven Menschen mittleren
44 Alters entwickelt. Deren Konsumwünsche standen im Fokus bei der
45 Produktentwicklung von KARLA. Dabei setzt das Gesundheitsgetränk bewusst
46 auf guten Geschmack. Getreu dem Motto: Was gut ist, darf auch gut schmecken.

47
48 „Betrachtet man die Grundvoraussetzungen für KARLA, war dieses Getränk
49 schon lange überfällig“, so Dr. Richard Weber über die neue Getränkecreation.
50 Für ihn gehören die Themenfelder Bier und Gesundheit zusammen. Positive
51 Wirkungen erzielt beispielsweise der reiche Anteil an Magnesium, Kalium,
52 Vitaminen und energispendenden Kohlehydraten.

55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67

KARLA wird zunächst exklusiv in allen 1A-Gesund-Apotheken saarlandweit vertrieben. Der Testmarkt soll Erkenntnisse für eine weitergehende nationale und internationale Distribution liefern. Karlsberg unterstreicht mit KARLA erneut seine Stellung als führende Innovationsbrauerei. Schon bei den Biermischgetränken war das Homburger Unternehmen First Mover am Markt. Mit dem neuen Vertriebskanal in der Apotheke mischt Karlsberg nun erneut die Brauwelt auf.

Weitere Informationen für die Presse:

KIOBIS – Karlsberg Institute of Bioscience

68 KIOBIS fördert den Wissenstransfer zwischen der Universität des
69 Saarlandes und der Karlsberg Brauerei besonders im Bereich
70 ernährungsphysiologischer und biotechnologischer Forschung sowie die
71 Umsetzung dieser Erkenntnisse in Produkte. Das Karlsberg Institute of
72 Bioscience GmbH & Co. KG wurde als Tochtergesellschaft im
73 Unternehmensverbund Karlsberg im Jahre 2000 gegründet. Berührungspunkte
74 mit den angestammten Geschäftsfeldern des Karlsberg Verbunds (Getränke und
75 Dienstleistungen) werden vor allem in den Bereichen Functional Food,
76 Entwicklung neuer Oberflächen für Produktions- und Abfüllanlagen,
77 Gebäudeflächen und Verpackungen sowie im Umweltsektor („nachhaltiges
78 Wirtschaften“) gesehen.

79
80
81

KARLSBERG BRAUEREI

82 Tradition und Innovation prägen von Beginn an die Entwicklungsgeschichte der
83 von Christian Weber im Jahr 1887 gegründeten Brauerei. Heute nimmt die
84 Karlsberg Brauerei einen Platz unter den Top Ten der Getränkebranche ein. Mit
85 einem sicheren Gespür für Trends hat sich das Unternehmen in den
86 vergangenen Jahren zu einem innovativen Markensortimenter entwickelt. Das
87 Credo der Brauerei: Heute tun, was andere morgen denken. Zu dem klassischen
88 Biersortiment Karlsberg UrPils, Gründel´s Alkoholfrei und Zischke kommen stetig
89 neue Produkte und Gebinde hinzu, die dem Zeitgeist entsprechen. Mit Karlsberg
90 MiXery, dem Mix aus Bier+Cola+X hat sich die Homburger Brauerei europaweit
91 den Ruf eines Marktinnovators erworben und hat ein neues Segment auf dem
92 Biermarkt erschlossen. Mit den Trendgetränken MiXery und Desperados hat
93 Karlsberg bei der jungen erwachsenen Zielgruppe immer die Nase vorn. Das
94 Unternehmen arbeitet seit 2003 in einer Kooperation mit dem niederländischen
95 Braukonzern Heineken N.V. und der Brau Holding International AG zusammen.
96 Gut aufgestellt mit internationalen Partnerschaften bahnt sich die Brauerei den
97 Weg in eine wachstumsstarke Zukunft. Das Unternehmen ist eine der wichtigsten
98 Keimzellen des Karlsberg Verbunds. Dieser ist heute in sechs
99 Kerngeschäftsfeldern tätig. Über das Biersegment hinaus bietet der internationale
100 Multi-Channel-Verbund Getränke und Dienstleistungen rund um den täglichen
101 Genuss an: Von Fruchtsäften, Erfrischungsgetränken und heißen Getränken über
102 Transport- und Eventdienstleistungen bis hin zu Sandwichs oder Snacks. Damit
103 besetzen die Verbundsunternehmen zukunfts- und erfolgsorientierte Felder am
104 Markt.

Weitere Informationen für die Presse bei
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>
Homburg, 03. Mai 2005

**Bildmaterial zum Download unter
www.karlsberg.org/karla**