



**B2C Kommunikation: Pin Up Model**  
**Zoe Scarlett als**  
**Botschafterin für**  
**5-Liter-Partyfässer**

Mit einer neuen, unterhaltsamen Website will die HUBER Packaging Group unter [www.fasssforfun.de](http://www.fasssforfun.de) die Freunde frisch gezapften Bieres erreichen und unterhalten. HUBER als führender Hersteller von Partyfässern geht damit neue Wege im Marketing, ein Vorteil für abfüllende Brauereien, für den Handel und für Konsumenten gleichermaßen. Das HUBER easyKEG steht für fassfrischen Biergenuss, Spaß und Lifestyle und genau das liebt auch die sympathische Schweizerin Zoe Scarlett, Europas bekanntestes Pin Up Girl und exklusive Botschafterin für das HUBER easyKEG. Zoe Scarlett liebt außergewöhnliche Dinge – klassische Autos, den Lifestyle der 50er und das 5-Liter-Partyfass! Im Laufe der nächsten Monate soll ein WebShop mit passenden Produkten die Erlebniswelt rund um Partyfässer weiter bereichern

Ungewöhnliche Ideen ansprechend verpackt:

# FAS(S)zination Frische zapfen

Eine Geschichte in drei Akten: Wie aus der Großdose das Partykeg wurde

Seit 1871 produziert die heutige HUBER Packaging Group Blechverpackungen und zählt heute zu den führenden und wohl auch vielseitigsten Anbietern von Weißblechverpackungen in drei unterschiedlichen Geschäftsbereichen. Im Geschäftsbereich Beverage steht das 5-Liter-Partyfass ganz im Fokus aller Aktivitäten. In diesem dynamischen Marktsegment gab und gibt es immer wieder neue Produkte und Vermarktungs-ideen. Die Redaktion der Getränke! Technologie & Marketing hat beim Marktführer nachgefragt und erfahren, was ein Partyfass zum Partykeg macht und wie der Verbraucher zu einem Profizapfer wird.

## 1. Akt: Die Fassform als Herausforderung

Es war im Jahr 1972, als die damaligen Karl Huber Verpackungswerke aus Öhringen die Anfrage erhielten, ob es möglich wäre, ein Bierfass aus Weißblech als Einwegverpackung herzustellen. Diese gab es bis dahin nur als wenig attraktive zylindrische 4-Liter-Großdose. Der Anfragende hatte bis dahin ein 5-Liter-Mehrweggebinde auf dem Markt, bei dem jedoch Inhalt und Verpackungsaufwand in einem ungünstigen Verhältnis standen. Die Idee des Interessenten war es, zwei tiefgezogene Halbschalen zu einem Fass zusammenzuschweißen, ähnlich wie ein Tank gefertigt wurde. Doch die Huber Spezialisten hatten reichlich Erfahrung im Umformen von Blech und dazu eine bessere Idee: Sie expandierten einen zylindrischen, an der Längsnaht geschweißten Dosenkörper von innen zur Fassform auf und fanden die richtige Innenlackierung. Unter Verwendung diverser Zapfgeräte konnte der genussorientierte Biertrinker nun selbst sein frisches Bier zapfen. Die erste Groß-

dose in Fassform, das erste Partyfass, war auf dem deutschen Markt! Die Nachfrage stieg – in Abhängigkeit von den „sonnigen“ Sommertagen – von Jahr zu Jahr.

Anfang der 1990er Jahre begann die Nachfrage stetig zurückzugehen, der Produktlebenszyklus des Partyfasses schien sich dem Ende zuzuneigen. Die Verbraucher wollten eine schnellere und einfachere Handhabung ohne zusätzliche Zapfgerätschaften. Neue Ideen waren gefragt, um dem Partyfass neues Wachstumspotenzial zu ermöglichen.

## 2. Akt: Der eingebaute Zapfhahn bringt internationales Wachstum

Nach über zwei Jahren Entwicklungszeit war es wieder der Weißblechverpackungsspezialist Huber, der die zündende Idee des damaligen Verkaufsliebers zur Serienreife brachte und 1998 das erste Partyfass mit eingebautem Zapfhahn vorstellte. Die Nachfrage übertraf alle Erwartungen und so entschloss sich die damalige Geschäftslei-

tung, noch im selben Jahr mit der Planung und dem Bau eines eigenständigen Partyfasswerkes auf der grünen Wiese in Öhringen zu beginnen. Im April 1999, rechtzeitig zum Saisonbeginn, wurden dort die ersten Partyfässer mit einem weiter verbesserten Zapfhahn produziert. Von da an ging der Absatz steil nach oben, die Sensation auf dem Biermarkt war perfekt, ein neuer Markt war geschaffen.

Der bisher vorwiegend nationale Abnehmermarkt wurde zu einem Weltmarkt, von Europa über Australien bis USA und Kanada reichte die immer länger werdende Liste der Brauereien, die das 5-Liter-Partyfass mit eingebautem Zapfhahn erfolgreich einsetzten. Nachdem von 2003 bis 2005 das Zwangspfand in Deutschland ei-

nen empfindlichen Absatzrückgang verursachte, erreichte das Partyfass nach der Pfandbefreiung und durch die Fußball Weltmeisterschaft 2006 einen absoluten Nachfragehöhepunkt. „Ausverkauft“ war die Meldung aus Öhringen und von den wenigen anderen Anbietern. Dieser Nachfragehöhepunkt wurde noch begleitet vom Auftrag einer großen internationalen Brauerei zur Fertigung eines speziellen Partyfasses. Daraus folgend waren für die kommenden Jahre Kapazitätsengpässe zu erwarten. Dies war für die HUBER Packaging Group Anlass, 2007 die Kapazität durch eine zweite Fertigungslinie in einem Erweiterungsbau zu verdoppeln und weitere Produktentwicklungen in Angriff zu nehmen.

### 3. Akt: Neue Funktionen, neue Formen, das Partykeg wird entwickelt

Mit immer neuen Zapfgeräten wurde frisch gezapftes Fassbier zu Hause zunehmend populärer, der Markt für Heimzapfgeräte boomte, wenngleich sich bei dem einen oder anderen Gerät alsbald der „Raclette Effekt“ einstellte: es verschwand im Keller und wartet dort auf den nächsten Einsatz. Neue Mehrweg-Kegs für Heimzapfgeräte wurden entwickelt, doch nur wenige setzten sich durch, die Markenauswahl und der Marktanteil blieben eher gering. Andere Hersteller nutzen das traditionelle Partyfass für den Einsatz in ihren Geräten und ermöglichen so die Nutzung einer breiteren Markenvielfalt.

Ende 2007 stellte die HUBER Packaging Group eine weitere Variante des Partyfasses vor, eine eingebaute CO<sub>2</sub> Kartusche mit Druckregler machte das Partyfass zur cleversten Zapfanlage, alles ist drin und dran, um perfekten Fassbiergenuss zu ermöglichen. Nicht nur, um den Volumenverlust durch die eingebaute Druckeinheit auszugleichen, wurde die Form des Fasses überarbeitet, auch zur Unterscheidung der Systeme entstand eine neue, eigenständige Form, die weniger an ein bauchiges Fass als vielmehr an ein klassisches Bierkeg erinnert, das 5-Liter-Partykeg unter dem Produktnamen HUBER easyKEG IPS (Integrated Pressure System) war geboren. Dieses in sich geschlossene System ermöglicht es, aus dem einmal angebrochenen Partykeg bis zu 30 Tage frisch gezapftes Fassbier zu genießen, es muss also nicht an einem Abend leer getrunken werden, kann aber. Das eingebaute CO<sub>2</sub> Drucksystem sorgt zudem für einen gleichmäßigen Zapfdruck vom ersten bis zum letzten Glas. Damit wird jeder zum eigenen Zapfmeister und genießt alleine oder mit Freunden frisch gezapftes Fassbier wie in der Kneipe.

Apropos Kneipe, seit dem Rauchverbot geht der Bierabsatz stetig zurück, der Verbraucher zieht sich in die eigenen vier Wände zurück und konsumiert zunehmend im privaten Umfeld. Diesem durch die Wirtschaftskrise noch verstärkten „Cocooning-Effekt“ kommt das Partykeg in allen Varianten entgegen, der kleine Luxus zu Hause ist für den Verbraucher wichtiger geworden, als auszugehen.

### Auch die Nebenrollen sind gut besetzt: Clevere Zubehöartikel

Der für das HUBER easyKEG IPS entwickelte Tragegriff Keg'n'Carry ist nicht nur ein praktisches Tragelement, er unterstreicht zusätzlich die Kegform und trägt damit zur Unterscheidung

*Die Kühlbox HUBER easyCOOL stellt sicher, dass das Bier pro Stunde nur 0,5 Grad wärmer wird, egal welches Partyfass oder Partykeg darin bereitgestellt wird.*



Die Fassform als Herausforderung: 1972 expandierten die Huber Spezialisten einen zylindrischen, an der Längsnaht geschweißten Dosenkörper von innen zur Fassform auf und fanden die richtige Innenlackierung.



1998 stellte Huber das erste Partyfass mit eingebautem Zapfhahn vor. Diese zündende Idee brachte internationales Wachstum



Ende 2007 wurde das 5-Liter-Partykeg unter dem Produktnamen HUBER easyKEG IPS (Integrated Pressure System) entwickelt. Dieses in sich geschlossene System ermöglicht es, aus dem einmal angebrochenen Partykeg bis zu 30 Tage frisch gezapftes Fassbier zu genießen.



Die originellen Motive machen die Fässer in jedem Regal zum Blickfang und heben sie von anderen Artikeln ab. Brauereien, die vom WM-Fieber profitieren und die Vorfreude auf das Fußballfest gemeinsam mit ihren Kunden zelebrieren möchten, können die von Grafik-Designern entworfenen Dekore für ihre Fassgestaltung nutzen oder eigene Motive daraus ableiten. Fotos: HUBER Packaging Group GmbH + Co.KG, Öhringen



der Systeme bei. Eine neue Kühlbox garantiert, dass gut vorgekühlte Partykegs auch bei sommerlichen Temperaturen lange kühl bleiben. Die Kühlbox HUBER easyCOOL stellt sicher, dass das Bier pro Stunde nur 0,5 Grad wärmer wird, egal welches Partyfass oder Partykeg darin bereitgestellt wird.

**Neues Spiel, neue Marktchancen**

Gänzlich unerwähnt blieben bisher die attraktiven Gestaltungsmöglichkeiten, die die Bedruckung der Partyfässer aus Weißblech ermöglicht. Eine Fläche von rund 1.500 cm<sup>2</sup> bietet Platz für die pla-

kative Präsentation der Marke oder für die Gestaltung attraktiver Sondermotive. So zum Beispiel mit Motiven für die 2010 in Südafrika stattfindende Fußball Weltmeisterschaft. Huber hat schon mal vorgelegt und präsentierte auf der Messe drinktec sechs neue Sonderdekore, die das bevorstehende Fußballfieber visualisieren und die 5-Liter-Partykegs zum unverzichtbaren Bestandteil jedes stilechten Fußballabends machen werden. Die originellen Motive machen die Fässer in jedem Regal zum Blickfang und heben sie von anderen Artikeln ab. Brauereien, die vom WM-Fieber profitieren



und die Vorfreude auf das Fußballfest gemeinsam mit ihren Kunden zelebrieren möchten, können die von Grafik-Designern entworfenen Dekore für ihre Fassgestaltung nutzen oder eigene Motive daraus ableiten.

Mit einem neuen digitalen Druckverfahren erstellt die HUBER Packaging Group seit kurzem als erstes europäisches Unternehmen Proofs direkt auf Weißblech, schnell und in der Qualität des Auflagedruckes. Damit können die Auftraggeber bereits viel früher ihr Musterfass bekommen und ihre eigenen Vermarktungsaktivitäten einleiten.

**Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor**

Auf allen Kommunikationskanälen reklamieren die verschiedenen Verpackungswerkstoffe mit unterschiedlich hohen Etats die Poleposition für sich, wenn es um das Thema Nachhaltigkeit und CO<sub>2</sub> Fußabdruck geht. Weißblech als vielfach bewährter Verpackungswerkstoff hat nicht nur im Getränke-segment eine positive Bilanz vorzuweisen. Ganz entscheidend ist dabei die Wiederverwertbarkeit, aus leeren Weißblechverpackungen werden durch das einfache Recycling neue Stahlprodukte, beliebig oft und ohne Qualitätsverluste, eine Eigenschaft, die andere Werkstoffe in dieser Form nicht vorweisen können. So werden große Mengen CO<sub>2</sub> eingespart, gerade dann, wenn die Recyclingquote wie in Deutschland bei über 91% liegt. Großpackungen, wie das Partyfass, haben dabei noch den Vorteil, dass diese pro 5-Liter-Einheit nur eine Verpackungseinheit benötigen, ohne Umverpackung auskommen und dabei stabil und unzerbrechlich sind. **(Red.)**

Weitere Informationen unter:  
[www.fassforfun.de](http://www.fassforfun.de)  
[www.huber-packaging.com](http://www.huber-packaging.com)

**Erfolgsfaktoren bei Füchsen:  
 Gutes Design und ungewöhnliche Ideen**

Die Düsseldorfer GOERLICHUNDSOHN Werbeagentur erhielt für das herausragende Design der Füchsen Alt 5-Liter-Partyfässer einen der begehrtesten Designpreise weltweit: den „red dot“ communication design award. Nach der „PlakaDiva“ im Jahr 2008 erhält die Füchsen-Kampagne mit dem „red dot“ die zweite Auszeichnung. Peter König, der Inhaber der Brauerei im Füchsen, sieht sich in diesen Auszeichnungen darin bestärkt, dass gutes Design gepaart mit ungewöhnlichen Ideen auffällt und das Image der Brauerei auf lange Zeit festigt.



Als Hersteller der 5-Liter-Partyfässer und langjähriger Partner der Brauerei im Füchsen zeigt HUBER Packaging auch beim Siegerfass „Fassfood – Pro Bier `ne Wurst“ höchste Kompetenz vom hochwertigen Druck des Motives bis zur Fertigung der beliebten Partyfässer.