



Campunade - die Geisenheimer Campus-Limonade startet durch

Einzigartige Getränke haben individuelle Etiketten



Entwurf für das neue Campunade-Etikett

Wer den Campus Geisenheim besuchte, hat vielleicht schon einmal von ihr gekostet: Die Rede ist von der Campunade - der Geisenheimer Campus-Limonade. Bis jetzt wurde die Campunade nur zu ganz besonderen Anlässen abgefüllt - so etwa im vergangenen September an den Tagen des „Open Campus“, wo das Getränk diesmal vor allem bei den Kleinen ganz groß ankam. Mit ein Grund für die Begeisterung war ein von der Firma One Point durchgeführter Workshop, bei dem die Kleinen ihre eigenen Campunade-Etiket-

ten gestalten und mit dem Etikettendrucker LX810e herstellen durften - so richtig profimäßig, mit dem eigenen Foto und einem individuellen Design.

Die Campunade in den Varianten „red“ und „gold“ entstand durch ein Projekt der Getränketechnologie-Studierenden und basiert inhaltlich in der „red-Edition“ auf dem roten Mehrfruchtsaft, der im Getränketechnologischen Zentrum der Forschungsanstalt Geisenheim hergestellt wird.

Durch die steigende Beliebtheit der Campus-Limonade wagt die Campus Geisenheim GmbH nun den Schritt nach vorne und will die Campus-Brause in den Verkauf bringen. Hergestellt wird die Campus-Limonade weiterhin im Getränketechnischen-Zentrum unter Leitung der Getränke-Ingenieure Michael Ludwig und Jan Ruzycki. Für Füllung und Logistik konnten zwei Partner gewonnen werden - der Fruchtsaftbetrieb Walther im hessischen Bruchköbel, der die Füllung der ersten zehntausend Flaschen übernimmt und der Getränkehandel Volz in Rüdesheim, über den die Campunade ab Februar 2010 in den Verkauf gehen soll. Jedoch ist die Ausstattung der Flasche noch in der Diskussion. In der obigen Ab-

bildung ist ein Etikettenentwurf zu sehen, aber weitere sind noch in engerer Wahl. Bis jetzt war außer dem guten Geschmack gerade die individuelle Ausstattung der Flaschen sehr beliebt. So gab es Sondereditionen zum Lindenfest oder zur Absolventenverabschiedung - schnell, unkompliziert und günstig durch die digitale Etikettendrucklösung von Primera Technology Europe und One Point Storage Systems GmbH realisiert. Selbst Kleinstserien lassen sich kosteneffizient herstellen. Und so soll die Campunade auch weiterhin mit individuellen Etikettenbestandteilen - zu besonderen Anlässen - gestaltet werden.

Und noch bevor die Campunade in den deutschen Handel kommt, konnten schon die ersten Flaschen exportiert werden. Prof. George Katodrytis von der American University of Sharjah, United Arab Emirates, Gastdozent des Fachbereichs Architektur der Hochschule RheinMain ist bekennender Campunade-Fan. Er brachte nach einem Gastworkshop Anfang Dezember seinen eigenen Studierenden einige Kisten Campus-Limo aus Geisenheim mit - diesmal mit dem neuen Logo der Hochschule RheinMain auf dem Etikett.

Birgit Ritter