

Salzburg, am 17.04.2026

Frischer Wind bei SalzburgMilch dank softem Design-Relaunch und neuem TV-Spot

Die Kuh-Illustrationen auf den Verpackungen der SalzburgMilch Premium Produkte präsentieren sich künftig noch größer, noch plakativer und noch auffälliger. Mit einer modernen Weiterentwicklung des Packaging-Designs schärft Salzburgs größte Molkerei ihr Markenprofil nach und verstärkt damit ihre optische Präsenz und Sichtbarkeit im Kühlregal. Gleichzeitig sorgt ein neuer TV-Spot unter dem Motto „Premium für alle“ für eine emotionale Markeninszenierung mit klarem Fokus auf Genuss.

Mit ihrem unkonventionellen, bunten Verpackungsdesign im Illustrationsstil beschreitet die SalzburgMilch seit vielen Jahren ihren ganz eigenständigen, selbstbewussten Weg, der für ein optisches Highlight in Österreichs Kühlregalen sorgt. Um für einen starken visuellen Auftritt und eine noch deutlichere Abgrenzung zum Wettbewerb am Point of Sale zu sorgen, setzt Österreichs drittgrößte Molkerei nun auf eine moderne Weiterentwicklung ihrer Produktverpackungen. Diese zielt darauf ab, die Kernelemente des bestehenden Designs künftig noch plakativer in Szene zu setzen, um schon von Weitem für eine starke Markenpräsenz im Regal zu sorgen. So nehmen die floralen Elemente und die Kuh-Illustration als Key Visuals künftig noch mehr Raum auf den Verpackungen ein. Für eine rasche und intuitive Unterscheidbarkeit der Produkte sorgen individuell auf die verschiedenen Sorten abgestimmte Farbwelten.

Seit Anfang April 2026 sind mit der Premium Alpenmilch 3,5% Fett, der Premium Alpenmilch 1,5% Fett und der Frische Alpenmilch 3,5% Fett die ersten neuen Verpackungen im neuen Design im Handel erhältlich. Um im Sinne der Nachhaltigkeit Ressourcen zu schonen, hat man sich bewusst dazu entschieden, bestehende Verpackungsmaterialien zuerst zu verbrauchen und das neue Produkt-Packaging sukzessive anzupassen. Mit der Umstellung des gesamten SalzburgMilch Premium Sortiments auf das neue Verpackungsdesign ist voraussichtlich im Laufe des nächsten Jahres zu rechnen.

Florian Schwap – als Head of Marketing, Sustainability & Innovation maßgeblich für den Markenauftritt der SalzburgMilch verantwortlich – sieht in der Weiterentwicklung des Verpackungsdesigns einen wichtigen strategischen Schritt, um sich in einem stark innovationsgetriebenen Marktumfeld zu behaupten: „Mit unserem neuen Auftritt setzen wir auf Evolution statt Revolution. Wir beschreiten neue Wege und werden noch plakativer, gleichzeitig bleiben wir damit unserer grundsätzlichen Linie treu. So sorgt das neue Design einerseits für mehr Aufmerksamkeit und Prägnanz, bietet aber auch weiterhin bekannte, starke optische Ankerpunkte, die unseren Konsumentinnen und Konsumenten eine rasche Orientierung im Regal ermöglichen.“

Neuer TV-Spot macht SalzburgMilch Premium Welt spürbar

Für weitere Aufmerksamkeit sorgt ein neuer TV-Spot, der ab Mitte April 2026 über Österreichs Bildschirme flimmern und auf zahlreichen Online-Plattformen laufen wird. Dieser rückt unter dem Motto „Premium für alle“ den hohen Genussfaktor der SalzburgMilch Produkte ins Rampenlicht. Der Spot führt die Zuseher zuerst in eine Küche, in der ein Mann voller Hingabe Speisen zubereitet. Sofort werden sein hoher Qualitätsanspruch und seine Wertschätzung für Lebensmittel spürbar. Ungewöhnliche Kameraperspektiven, schnell geschnittene Szenenabfolgen und dramatische Musik ziehen die Zuseher unmittelbar in das Geschehen. Dann folgt ein plötzlicher Bruch der Szenerie und es wird klar, dass der Mann aus der Küche eigentlich ein Vater ist, der seiner Familie voller Liebe ein Frühstück zubereitet hat. Die Botschaft dahinter: Mit SalzburgMilch Produkten werden auch aus scheinbar alltäglichen Situationen besondere Genuss-Momente.

Sebastian Mösl, Geschäftsführer der SalzburgMilch, sieht in der Hinwendung zur genussorientierten Inszenierung einen gelungenen Schritt, um den Premium Gedanken hinter der Marke SalzburgMilch greifbar zu machen: „In der Vergangenheit zielte unsere Kommunikation primär darauf ab, unser großes Engagement für Tierwohl bei Milchkühen in der Wahrnehmung unserer Konsumentinnen und Konsumenten fest zu verankern. Marktanalysen zeigen, dass uns dies auch erfolgreich gelungen ist. Unser neuer TV-Spot soll nun auf spielerische Art veranschaulichen, dass unser Premium Anspruch weit über das Thema Tierwohl hinausgeht und sich von der Rohstoffgewinnung bis hin zum Genuss in den eigenen vier Wänden erstreckt.“

Den TV-Spot können Sie hier in voller Länge ansehen: <https://www.milch.com/de/produkte/premium/#c6017>

Pressekontakt/Rückfragen

Prok. Mag. Florian Schwap
Head of Marketing, Sustainability & Innovation
Tel. 0662/2455-147
schwap.f@milch.com
<http://www.milch.com>

Wir sind Partner von:



Wir sind Förderer von:

