

# Mooser Liesl spricht jetzt

„Weltneuheit“: animiertes Bier-Etikett

**Moos.** Wenn die Mooser Liesl spricht, liegt das nicht am Alkoholpegel der Biertrinker, sondern an der computergestützten Erweiterung der Realitätswahrnehmung, auf Neudeutsch: augmented reality. Diese technische Entwicklung macht sich die Brauerei Arcobräu bei Mooser Liesl AR-App zunutze. Wer die App startet und das Smartphone mit der Kamera vor das Etikett einer Mooser Liesl-Flasche hält, sieht die Animation: Die Liesl-Figur des Etiketts spricht – und bewegt sich.

Brauereidirektor Holger Fichtel schwärmt von einer „Weltneuheit im Bierbereich“ und freut sich, dass das mittelständische Unternehmen bei dieser Marketingaktion gegenüber Großbrauereien die Nase vorne hat. Überhaupt habe Arcobräu als erster Mittelständler zweimal hintereinander mit der Bierspezialität „Mooser Liesl“ einen Preis der Getränkezeitung gewonnen: 2016 als Neuheit des Jahres, 2017 als Getränk des Jahres.

Die „Mooser Liesl“ verzeichnet mehr als 50 Prozent Wachstumsraten und werde häufiger verkauft

als das herkömmliche „Schloss Hell“, erläuterte Fichtel gestern am Rande der Pressekonferenz zum Pfingstvolksfest (siehe Artikel links). Erfolgreich sei man mit dieser eher hochpreisigen Marke vor allem außerhalb Bayerns. Gerade in den Ballungszentren sei die kleine Flasche mit 0,33 Liter beliebt. Ziel des Brauereidirektors ist es, die „Mooser Liesl“ in drei Jahren in ganz Deutschland zum „Kultbier Nummer 1“ zu machen. Er ist überzeugt, dass dies gelingt – nicht mit der Absatzmenge, sondern im Kultstatus. Mit gezielten Marketingstrategien sowie dem Preis als wichtigem Marketinginstrument soll dies gelingen.

Auch sonst entwickeln sich laut Fichtel die Absatzzahlen der Brauerei gut: „Es gibt Monate, das steigt das Wachstum über 30 Prozent“, sagt er ohne genauere Zahlen zu nennen. Viel Geld werde wieder in der Region investiert, zur Renovierung der Gaststätten wie dem Preysinghof in Plattling, oder zum weiteren Ausbau der Brauerei in Moos. Dort wurden 2017 mehr als acht Millionen Euro investiert. – gs



**Stolz** präsentiert Brauereidirektor Holger Fichtel die „Weltneuheit“: das sprechende Bier-Etikett via Mooser-Liesl-App. – Foto: Schwarzbözl