



Autor: MARTIN KNOEPFEL  
Toggenburger Tagblatt  
9630 Wattwil  
tel. 071 987 48 48  
www.tagblatt.ch

Auflage	4'741	Ex.
Reichweite	n. a.	Leser
Erscheint	6 x woe	
Fläche	32'273	mm <sup>2</sup>
Wert	900	CHF

# Kägi gewinnt Preis für Plakat

Ein Plakat, das für Kägi-fret-Waffeln wirbt, wurde in Deutschland als Plakat des Monats Mai ausgezeichnet. Die Firma will mit der Kampagne die Swissness betonen.

MARTIN KNOEPFEL

**LICHTENSTEIG.** Das Plakat «Glückmacherli», mit der die Kägi Söhne AG in Deutschland für die Kägi-fret-Waffeln wirbt, ist das Plakat des Monats Mai. Das meldet der Newsletter «persoendlich», eine Publikation für die Medien, die Werbebranche und das Marketing. Den Preis schreiben jeweils die deutsche «Lebensmittel-Praxis», eine Fachzeitschrift für den Einzelhandel, und eine deutsche Firma für Plakatwerbung aus.

Befragt wurde einerseits eine Fachjury, andererseits konnten die Leser der Zeitschrift für eines von drei Plakaten abstimmen. Bewertet werden ausschliesslich Plakate in der Nähe eines Verkaufspunktes.

## Moderne Swissness

Das Plakat zeigt auf einer roten Fläche eine Verpackung für Kägi fret mini, darüber der erwähnte Schriftzug. Das Ganze wird gekrönt von der Silhouette der Churfürsten, wobei sechs Gipfel zu sehen sind. Ein kleines weisses Kreuz im roten Feld darf nicht fehlen. Kägi setze auf moderne Swissness und habe dadurch in Deutschland eine hohe Beachtung erreicht, heisst es im Newsletter.

Kägi falle mit den knallroten Plakaten und den überraschenden Botschaften positiv auf. Durch ihren laut Mitteilung «augenzwinkernden Humor» und «zum Schmunzeln bringende Frechheit» würden sie die Lust auf ein Kägi fret wecken, heisst es im Newsletter. Das Plakat ist auch in der Schweiz zu sehen.

## Plakat mit Signalwirkung

Die Fachzeitschrift schreibt von einem «sympathisch schweizerischen Plakat mit Signalwirkung» und zitiert ein Jurymitglied. «Das Motiv kommt mit einer beeindruckend dimensionierten Produktabbildung zur Sache und ordnet ihr eine wertende Aussage bei.»

Sie hätten erstmals eine Werbekampagne in Deutschland lanciert und gleich eine Auszeichnung gewonnen. Diese Auszeichnung habe deshalb grosse Bedeutung für die Firma, sagte Rebecca Wolgensinger, Head of Marketing der Firma Kägi Söhne. Die Kampagne baue auf den Aussagen «Glück ist ein Kägi» und «Ein bisschen Glück» auf. Für Baden-Württemberg habe man eine Aussage gesucht, die die Swissness betone, sagte sie. Die Verkleinerungsform mit «li» würden die Deutschen mit dem Schweizer Dialekt verbinden. Für Österreich sei die gleiche Kampagne geplant.

Wie stark der Absatz und die Beachtung dank den Plakaten gestiegen ist, wollte Rebecca Wolgensinger nicht sagen. Die Firma vermarkte ihre Produkte in Deutschland aktiv in den Bundesländern Baden-Württemberg und Bayern. Das Ziel sei, Deutschland von Süden nach Norden aufzurollen, sagte Rebecca Wolgensinger.

## Weitere Chance

Nach Angaben auf der Homepage beschäftigt die 1934 gegründete Firma Kägi 100 Mitarbeiter und weist einen Exportanteil von 44 Prozent auf. Wich-

tigste ausländische Märkte seien Deutschland und Österreich, verschiedene Staaten der Golfregion, Israel sowie China, Hongkong, Japan und Singapur.

Die Lichtensteiger Firma erhält eine weitere Chance auf eine Auszeichnung. Aus den zwölf Plakaten des Monats wird dann noch das Plakat des Jahres 2014 gewählt. Das war von Sonja Plachetta, Redaktorin bei der «Lebensmittel Praxis», zu erfahren.

## Wechselvolle Geschichte

1996 verkauften die Firmengründer Alfred, Eugen und Otto Kägi ihr Unternehmen an die Kioskbetreiberin Valora. 2008 reichte die Valora die Lichtensteiger Firma an die französische Private-Equity-Firma Argos Sodic weiter, zusammen mit der Roland Murten AG und der Canimag France SA.

2010 veräusserte die Argos Sodic die Kägi Söhne AG schon wieder. Käufer war über eine andere Firma die Burger-Söhne-Gruppe, ein Familienunternehmen mit Sitz in Burg im aargauischen Wynental. Sie entstand aus einer 1864 gegründeten Firma zur Herstellung von Zigarren.

2008 schätzte das «Handelsblatt» den Umsatz der Holding auf 540 Millionen Euro. Nach heutigem Kurs wären das 650 Millionen Franken. Sie sei die weltweite Nummer zwei im Zigarrenmarkt, schrieb das «Handelsblatt» aus Düsseldorf. Die Holding besitzt bekannte Zigarrenmarken wie Brissago, Rössli oder Dannemann. Geschäftszahlen gibt sie nicht bekannt.



**Kägi** 

Autor: MARTIN KNOEPFEL  
Toggenburger Tagblatt  
9630 Wattwil  
tel. 071 987 48 48  
www.tagblatt.ch

Auflage	4'741	Ex.
Reichweite	n. a.	Leser
Erscheint	6 x woe	
Fläche	32'273	mm <sup>2</sup>
Wert	900	CHF



Bild: pd

Kägi gewann mit diesem Plakat in Deutschland einen Preis.