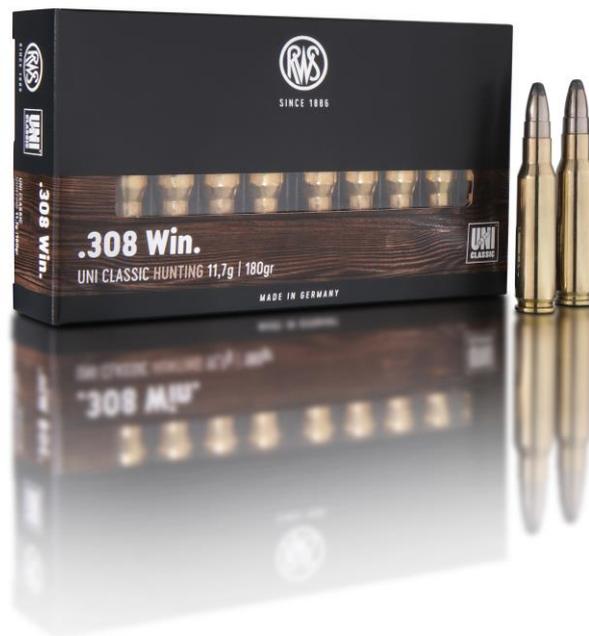


Pressemitteilung

Fürth, 08.03.2018



SINCE 1886



Mehr Klarheit. Mehr Präzision.

IWA 2018: Neue RWS Verpackung schärft Markenprofil und erleichtert Orientierung

Fürth, Deutschland. Die Munitionsmarke RWS hat ihr Markenprofil klarer definiert und den Markenauftritt neu gestaltet. Das zeigt sich deutlich am neuen Verpackungskonzept. Sowohl Händlern als auch den Kunden – Jägern und Sportschützen – erleichtert die neue Gestaltung die schnelle und einfache Wahl der passenden Munition. Die ersten neuen Verpackungen stellt RWS im Rahmen der IWA 2018 in Nürnberg vor.

Die Traditionsmarke RWS macht sich mit dem schärferen Profil fit für die Zukunft. Entschlossenheit, Präzision und Wirksamkeit sind Werte, die in der Kommunikation transportiert werden sollen. Die Fokussierung auf Erfolg zeigt sich am stärksten in der Grundfarbe Schwarz, die das RWS Logo am besten zur Geltung bringt. Dazu stehen im Kontrast künftig nur noch drei Farboptionen, die auch gleichzeitig das jeweilige Produktsegment definieren: Holzoptik für den Jagdbereich, gelb und orange für die Linien der Sport-Munition. Die Reduktion erleichtert vor allem Fachhändlern die Differenzierung innerhalb der Marke RWS. Aber auch die Verwender profitieren von der übersichtlichen Anordnung produktrelevanter Daten.

Die neuen Verpackungen: klar und nutzenoptimiert

Die neuen Maßnahmen sind bis ins Kleinste durchdacht. So soll die neue Verpackung Fachhändlern künftig die Beratung erleichtern – und Jägern die Handhabung im Revier vereinfachen. Die Grundfarbe Schwarz dominiert, die Holzoptik signalisiert den Jagd-Bereich. Die wichtigsten Informationen wie Kaliber und Geschoss-Symbol sind zusätzlich auf der Seite angebracht, sodass man mit einem Griff ins Regal die richtige Munition findet, auch wenn sie längs einsortiert ist.

Das Produkt ist der Hero: Durch ein Sichtfenster erkennt der Jäger sofort die verbleibende Anzahl der Munition. Jede Verpackung erhält zudem Kunststoff-Einsätze, die sich in 5er Gruppe abbrechen lassen. Dabei hat RWS auch hier an die Praxis gedacht. Das Inlay schützt zum einen optimal das Geschoss, zum anderen stabilisiert es deutlich die Verpackung im gesamten und macht sie noch praxistauglicher. Ein Zerdrücken von Schachtel und Inhalt beim Transport und auf der Jagd im Rucksack wird vermieden. Zudem klappern die einzelnen Patronen so nicht mehr in der Tasche und verschrecken das Wild nicht.

Eine abtrennbare Klappkarte informiert über alle patronen- und geschossrelevanten Daten, wie Geschosstyp, ballistische Daten im metrischen und imperialen System, Geschossdeformationen, Gewicht in Gramm und Grain, Kaliberangabe und Anwendungsempfehlung. Das ist nicht nur während der Beratung hilfreich, sondern vor allem auch direkt bei der Jagd, um die ballistischen Daten schnell parat zu haben.

RWS führt die neuen Verpackungen bereits schrittweise im Handel ein. Da zunächst im Lager befindliche Ware ausliefert wird, dauert die Übergangsphase voraussichtlich bis Mitte des Jahres.



Weitere Informationen zu RWS finden Sie unter www.rws-munition.de

Presse-Kontakt: RUAG Ammotec GmbH, Nicole Heidemann,
Telefon: +49 (0)911 79 30 149, E-Mail: nicole.heidemann@ruag.com

RWS ist eine Qualitätsmarke der RUAG Ammotec GmbH

Die Marke RWS entstand 1886 aus den Rheinisch-Westfälischen Sprengstoff-Fabriken, die im Jahre 1931 zur Dynamit Nobel kamen und dann 2002 in die RUAG Ammotec übergingen. Sowohl anspruchsvolle Jäger als auch ambitionierte Schießsportler weltweit schätzen die hohe Qualität aus Fürth. RWS ist heute Europäischer Marktführer bei Jagdmunition und bietet sowohl Büchsen- und Schrotpatronen als auch Randfeuerpatronen und Luftgewehrketten an.

RUAG Ammotec gehört zum Schweizer Technologiekonzern RUAG Holding AG mit Sitz in Bern.

RUAG entwickelt und vertreibt international gefragte Technologie-Anwendungen in den Bereichen Luft- und Raumfahrt sowie Sicherheits- und Wehrtechnik für den Einsatz zu Land, in der Luft und im Weltraum. Die Produkte und Dienstleistungen von RUAG sind zu 57 % für den zivilen und zu 43 % für den militärischen Markt bestimmt. Konzernsitz ist Bern (Schweiz). Produktionsstandorte befinden sich in der Schweiz sowie in 13 weiteren Ländern in Europa, den USA und Asien-Pazifik. Rund 8700 Mitarbeitende – davon 430 Lernende – repräsentieren 48 Nationalitäten und erwirtschaften einen Umsatz von rund CHF 1.86 Mrd.