



PRESSEMITTEILUNG

Stürmer trifft Braukunst

Egger Bier launcht Limited Edition mit Marko Arnautović

St. Pölten-Unterradlberg, 1. April 2026 – Die Privatbrauerei Egger setzt im Fußball-Sommer 2026 auf eine aufmerksamkeitsstarke Sonderedition ihres preisgekrönten Egger Märzen. Im Mittelpunkt steht ein neues Dosen-Design mit Rekordnationalspieler Marko Arnautović, das ab Mitte April im Handel und in der Gastronomie für hohe Sichtbarkeit sorgt und zwischenzeitlich das klassische Design der Märzen-Dose ersetzt. Die Limited Design Edition wird in mehreren Gebinden erhältlich sein und verknüpft ein emotionales Erscheinungsbild mit bewährter Produktqualität.

Wenn der Fußball-Sommer 2026 für Aufmerksamkeit, Gesprächsstoff und gemeinsame Genussmomente sorgt, entstehen auch für Handel und Gastronomie starke Aktivierungsanlässe. Genau hier setzt die Privatbrauerei Egger an: Mit Marko Arnautović als neuem Testimonial bringt Egger eine Limited Edition auf den Markt, die die Leidenschaft und Dynamik des Fußballs einfängt und im Handel markante Akzente setzt.

Emotionales Dosen-Design mit hohem Wiedererkennungswert

Ab Mitte April bringt die Privatbrauerei Egger die Limited Edition mit Marko Arnautović in den österreichischen Handel. Die aufmerksamkeitsstark gestaltete Dose zeigt den Fußballer in echter Emotion und vermittelt damit Tatendrang, Wille und Charakter, also genau jenes Selbstverständnis, das auch Egger Bier repräsentiert. Inhaltlich setzt Egger auf Verlässlichkeit: In der Sonderedition steckt mit dem Egger Märzen ein klassisches österreichisches Qualitätsbier mit angenehm malziger Note, milder Hopfung und vollem Geschmack. Das süffige Vollbier mit 5 Vol.% Alkohol und einer 11,5° Plato Stammwürze wurde bereits mehrfach preisgekrönt - unter anderem mit der renommierten DLG-GOLD Auszeichnung.

Das Design ersetzt über den Sommer hinweg das klassische Design der Märzen-Dose in den Regalen. Ergänzend dazu ist auch Zisch in der 0,5-Liter-Dose als alkoholfreie und isotonische Marko Edition erhältlich.

Starke Impulse am POS und in der Gastronomie

Für den Handel bietet die Limited Edition mehrere Vorteile: Sie schafft klare Differenzierung im Regal, weckt Lust, das Produkt auszuprobieren und eignet sich ideal für Zweitplatzierungen und Promotions. Damit positioniert Egger die Produktneuheit gezielt für die Fußballsaison – eine Phase, in der Konsument:innen verstärkt zu emotional aufgeladenen und aufmerksamkeitsstarken Angeboten greifen.

Auch in der Gastronomie sorgt die Limited Edition in der Glasflasche für einen starken, saisonalen Auftritt. Gerade rund um Fußballabende und Momente voller Emotion positioniert sich das Egger



Märzen als passender Begleiter für gemeinsame Genussmomente. So verbindet die Limited Edition aufmerksamkeitsstarkes Design mit jener Geselligkeit, für die Bier in der Gastronomie besonders steht.

Marko Arnautović und Egger in eigenen Worten

Zu seiner Kooperation mit Egger sagt Marko Arnautović: „Ich bin keiner der sich einfach irgendwo dazustellen, ich hab’ immer mein eigenes Ding gemacht. Darum passt das mit Egger gut für mich ... und dass ich jetzt auch auf der Dose drauf bin, taugt mir natürlich auch.“

„Marko Arnautović ist eine Persönlichkeit mit Charakter und Kanten – genau das macht ihn so interessant. Er hat eine direkte Art und klare Haltung. Das passt gut zu uns. Mit der Limited Edition geben wir unserem Egger Märzen für den Fußball-Sommer 2026 einen Auftritt, der auffällt und Lust macht, anzustoßen“, sagt Ralph Hofmann, Chief Commercial Officer der Privatbrauerei Egger.

Fotos honorarfrei abdruckbar unter Angabe des Bildcredits © Privatbrauerei Egger

Foto 01: vlnr. Klaus Schörghofer, CEO Egger Getränke, Marion Karl, Head of Marketing Egger Getränke, Marko Arnautović, Ralph Hofmann, CCO Egger Getränke

Foto 02: vlnr. Johannes Meister (Braumeister) und Rainer Pariasek

Foto 03: Marko Arnautović in der Egger Privatbrauerei

Foto 04: Limited Edition Marko Arnautović Dose

Foto 05: Limited Edition Marko Arnautović Flasche

Foto 06: Marko Arnautović und seine Limited Edition in der Egger Märzen Dose

Foto 07: Marko Arnautović in der Egger Privatbrauerei

Foto 08: Rainer Pariasek beim Pressegespräch in der Privatbrauerei Egger

Das gesamt Bildmaterial finden Sie unter:

<https://files.himmelhoch.at/index.php/s/z6gxgqafkFk2Ffs>

Über Egger Getränke Gruppe

Das Familienunternehmen Egger Getränke GmbH & Co OG beschäftigt am Standort Unterradlberg in Niederösterreich rund 230 Mitarbeiter:innen und füllt pro Jahr ca. 400 Millionen Einheiten ab. Zum Marken- und Produktportfolio gehören u.a. die Produkte der Privatbrauerei Egger, Radlberger und Granny’s Apfelsaft. Die Leidenschaft für Getränke spiegelt sich in den drei Geschäftsbereichen Lohnabfüllung, Handelsmarken und Markenproduktion - im Inland sowie im Export – wider.

Egger Getränke führt eigene Marken wie Radlberger, Radlberger Minecraft, Egger Bier, Granny’s, Mix it und Peppa Pig und PJ Masks Kindergetränke.

Die Ursprünge der Privatbrauerei Egger reichen bis ins Jahr 1675 zurück. Heute befindet sich das Unternehmen mit Sitz in Niederösterreich im Besitz der Familie Egger und verfügt über eine Braukapazität von über 1 Million Hektoliter pro Jahr. Dies macht das Unternehmen zu einer der größten Privatbrauereien Österreichs.

Rückfragehinweis

Mag Marion Karl

Angelika Deuretzbacher

Egger Getränke GmbH & Co OG

Mandl PR



Tiroler Straße 20
3105 St. Pölten-Unterradlberg
Mobil: +43 664 61 95 156
marion.karl@eggergetraenke.at

Nussdorfer Straße 14/13
1090 Wien
Mobil: +43 676 37 38 848
angelika.deuretzbacher@mandlpr.at