

Eckes-Granini

Hohes C Milder Apfel ist seit April 2009 am österreichischen Markt. Damit bringt hohes C die zweitbeliebteste Sorte im Fruchtsaftmarkt – Apfel – erstmals als milde und damit besonders bekömmliche und säurearme Sorte. Diese neue Sorte soll zu einer Fortsetzung der positiven Entwicklung der hohes-C-1-l-PET-Ränge beitragen.

Im Jahr 2008 konnte eine überaus erfolgreiche Entwicklung der Marke hohes C verzeichnet werden: Um ganze 7,0% stiegen sich die Absätze im Vergleich zum Vorjahr – und dies trotz eines mengenmäßig rückläufigen Fruchtsaftmarktes. Auch der wertmäßige Marktanteil konnte auf 4,9% ausgebaut werden. Zurückzuführen ist dieser positive Trend auf die Umstellung der 0,75-l-Glasflasche auf 1-l-PET im Jahr 2007 sowie die Neueinführung der Sorte Milder Multivitamin im letzten Jahr.

YO Fruchtsirup startete mit einer breit angelegten Hörfunkkampagne auf Ö3 und den Privatsendern ins Jahr 2009. Im Zentrum steht dabei die Kernkompetenz der Traditionsmarke: Fruchtigkeit auf höchstem Qualitätsniveau. „YO nur die fruchtigsten Früchte“ lautet folglich der Claim, mit dem man sein Bekenntnis zur unverfälschten Fruchtigkeit erneuert.

Angelehnt an die erfolgreich durchgeführte Promotion „YO Winterwandern“ im Jahr 2007 gibt es seit April 2009 ein neues Gewinnspiel: Verlost werden 15 Wochenendurlaube für zwei Personen in einem Vier-Sterne-Hotel in Gastein sowie 15 JVC-Kameras. Die Verlosung findet im August 2009 statt. Ein ansprechender Flaschenanhänger, der an den gängigsten YO-Sirup-Sorten angebracht ist, kommuniziert das Gewinnspiel am POS. Die Teilnahme ist möglich über die Einsendung per Post oder auf der eigenen Promotionwebsite www.yo-sirup.at.

In Kooperation mit Ravensburger startete FruchtTiger im April 2009 mit dem spannenden Spiel „Tiger dich zum Schatz“, bei dem es bis Dezember 2009 jeden Monat 20 Ravensburger Spiele zu gewinnen gibt. Mit dem lustigen und ansprechenden on-pack Folder auf den 1-l-Kartons und einem Etikett auf den 0,5-l-Flaschen erhalten die Kinder den Hinweis, wie sie bei dem Online-Spiel „Schatzsuche“ unter www.fruchttiger.at mitmachen können. Die Teilnahme ist bis Dezember 2009 möglich.

Auch für die Marke Susi Sirup ist das Jahr 2008 erfolgreich zu Ende gegangen. Damit konnte Eckes-Granini mit den Marken YO und Susi die Marktführerschaft am Sirupmarkt 2008 auf 30,3% (wertmäßiger Marktanteil; Eigenangaben) ausbauen.

