

Granini Eckes Gesunder Genuss, speziell für Familien und Kinder, ist der Anspruch, den das Unternehmen an seine Produkte vorrangig stellt



ist und bleibt ein Klassiker: hohes C; im April 2009 wurde die Sorte Milder Apfel gelauncht.

Die Marke steht im Mittelpunkt

Managing Director Silke Goos-Perneker: „Enorme Markenbekanntheit bietet Basis für weiteres Wachstum.“

Albartsberg. Yo, Hohes C und Fruchttiger – auf die Weiterentwicklung dieser drei strategischen Marken konzentriert Eckes-Granini Austria (EGA) seine Marketingaktivitäten. Kontinuierliche Medienunterstützung sowie Innovationen, die relevant für die Konsumenten sind, wie etwa hohes C Milde Tafel sind essenziell für die Markenprofilierung.

Zielgruppentechnisch liegt der Unternehmensfokus im Bereich Familie und Kinder; so wurde etwa mit dem Launch der Fruchttiger Snacks in den Sorten Apfel-Erdbeere und Multifrucht Anfang 2008 die Marktposition als starke

Kindermarke erneut gestärkt. Besonderer Stellenwert kommt außerdem der lokal geführten Marke YO zu: „Für die nächste Zeit wird der Fokus unserer Aktivitäten bei Sirup liegen – die Verbraucher dürfen sich Ende des Jahres 2009 auf etwas Neues bei YO freuen“, so EGA Managing Director Silke Goos-Perneker. Im Freizeitanzeigebereich wird das Sirup-Portfolio mit zwei Sirup abgerundet.

Populär und bekannt

Als Mission Statement und oberstes Ziel der Eckes-Granini Gruppe gilt traditionell: Genuss, verbun-

den mit Gesundheit, Innovation mit gleichzeitiger Tradition. Der Erfolg gibt dem Unternehmen recht: 2008 konnte man mit 9,8% wertmäßigem Marktanteil die zweitbeste Position bei Fruchtsaftgetränken erfolgreich behaupten. Maßgeblich daran beteiligt war die gute Entwicklung von hohes C in der 1 l PET-Flasche, verstärkt durch den erfolgreichen Launch der Sorte Milder Multivitamin. Hohes C Milder Apfel wurde im April 2009 gelauncht.

Am Sirup-Markt konnte EGA 2008 seine Top-Position mit dem Marken YO und Sutti weiter ausbauen (30,3% wertmäßiger Marktanteil). Die Mar-

ke YO baute im Jahr 2008 seine Stellung im Marktbereich (29,3% wertmäßiger Anteil) bei Sirup aus. „Die enorme Markenbekanntheit sowie die hohe Kaufbereitschaft der Verbraucher bieten zudem eine solide Basis für Weiterentwicklung und Wachstum der Marke YO“, so Goos-Perneker über die Zukunft der populären Marke. Neben dem Launch drei neuer Sorten – Apfel, Pfirsich und Holunderblüte leicht – hat YO Sirup auch mit dem Claim „nur die fruchtigsten Früchte“ werbewirksam gepunktet. (red)

FACTS & FIGURES

Eckes Granini Austria ist zu 100% ein Unternehmen der Eckes-Granini Gruppe. Der Gesamtmarkt belief sich im vergangenen Jahr 27 Mrd. € (Konsumenten Gesamt Europa 917 Mrd. €). Das Produktportfolio umfasst Fruchtsäfte, Fruchtweine, fruchtthefige Getränke und Fruchtbeugen.

