

Eckes-Granini Austria „hohes C“ bekommt Zuwachs: „Die Milden“ – aktuell starke Wachstumstreiber – werden um „Milde Zitrusfrüchte“ ergänzt

Der sonnige Süden lässt grüßen

Auch mit den neuen YO Fresh-Sorten setzt man auf zitronige Erfrischung speziell für die warme Jahreszeit.



Die „hohes C“-Familie wird um „Milde Zitrusfrüchte“ erweitert.

St. Florian/Nieder-Olm. Als gesunder Saftklassiker für die ganze Familie präsentiert sich „hohes C“ seit Jahrzehnten im Regal – genauer gesagt seit 53 Jahren. Mit „Hundert Prozent Qualität“, so die Markenphilosophie, die dahintersteckt, hat sich die Range rund um die orange „Urmutter“ kräftig weiterentwickelt. 1958 wurde „hohes C“ als erster trinkfertiger Orangensaft in Deutschland gelauncht. Mittlerweile umfasst das Sortiment nebst den Klassikern die Sorten „Heimische Früchte“, „hohes C Naturelle“ – eine Mischung aus stillem Mineralwasser und Saft – oder

„Die Milden“, die mit den „Milden Zitrusfrüchten“ eine Line Extension zu verzeichnen haben. Grund dafür ist unter anderem, dass sich „Die Milden“ als Wachstumstreiber erwiesen haben: Im Jänner 2011 konnte der bisher höchste wertmäßige Marktanteil von 7% verzeichnet werden; daran sind die „Milden Säfte“ maßgeblich beteiligt, die mittlerweile laut Unternehmensauskunft knapp ein Drittel des gesamten Absatzes ausmachen.

Der Trend geht zu Gelb

„Diese überaus erfolgreiche Entwicklung und das Vertrauen unserer Konsumenten veranlassen

uns, den Trend der ‚Milden Säfte‘ weiterzuverfolgen“, so Brand Managerin Doris Nöster.

Was das Sortiment auszeichnet? Eine sorgfältige Auswahl von Früchten, die von Natur aus weniger Säure enthalten und damit spürbar milder und bekömmlicher sind. Wie alle Sorten von „hohes C“ setzt auch der Zitrusnewcomer auf 100% reinen Saft, den Verzicht auf Zuckerzusatz und Aroma-, Farb- und Konservierungsstoffen. Die Sorte wurde übrigens speziell für den österreichischen Markt entwickelt und soll damit die Bedürfnisse der heimischen Konsumenten optimal treffen.

Mit einer TV-Kampagne über die Sommermonate – mit Fokus auf die „Milden Säfte“ von hohes C – wird die Werbetrommel kräftig gerührt. Für die Markenkommunikation eine Premiere: Erstmals stehen die „Milden Sorten“ im Mittelpunkt. Zusätzliche Unterstützung gibt es durch Print Advertorials sowie durch die neue Website www.hohes-c.at, die dieser Tage online gehen wird.

Auch bei YO setzt man mit den drei neuen Sorten Zitrone, Zitrus-Mix und Zitrone-Melisse-Minze auf die Südfucht. Bewusst als eigene Subrange im Sirupsegment positioniert, schmeckt der neue „YO Fresh“ von Natur aus säuerlicher und weniger süß als herkömmlicher Sirup. Gerade in den wärmeren Monaten will man damit einen erfrischenden Durstlöcher anbieten. Auf den Zusatz von künstlichen Farbstoffen und Konservierungsmitteln wurde verzichtet.