

unkraut

Eine echte Innovation für den Getränkemarkt

UNKRAUT – „wild, wertvoll, ungewöhnlich“

- Natürliches Erfrischungsgetränk aus echtem Unkraut - kombiniert mit Tee und Saft
- Credo der neuen Marke: „Wild, wertvoll & ungewöhnlich“
- Zielgruppe: Aufgeschlossene Konsumenten, die gerne Geschmack und Individualität beweisen
- „Wilder Marktlaunch“: Starke Einführungskampagne inkl. Plakat, Print und Online

(St. Pölten-Unterradlberg, im März 2019) Ab April ist das Getränkeregale um eine echte Innovation reicher: UNKRAUT, ein stilles Erfrischungsgetränk aus gebrühtem Tee, Saft und echtem Unkraut, wird lanciert. Unter dem Motto „Ein bisschen wie du“ will das frische, natürliche und vor allem unkonventionelle Getränk in drei Sorten vor allem eines: Überraschen! Und das ist – so die ersten Konsumententests – durchaus gelungen: Bei einer Befragung durch das Marktforschungsinstitut Marketagent.com im September 2018 wurden absolute Top 1 Werte bei Attraktivität und Kaufwahrscheinlichkeit im relevanten Segment erreicht!

Ein bisschen wie du.

„Wild, wertvoll & ungewöhnlich“: Das Credo von Unkraut, das als gänzlich neue Marke aus dem Hause Egger Getränke eingeführt wird, beschreibt auch die Zielgruppe selbst, die man mit Unkraut ansprechen will. „Unkraut ist mehr als ein Getränk. Unkraut ist ein Statement – für mehr Individualität, Unangepasstheit und Abenteuer. Genau das unterstreicht auch unser Slogan *Ein bisschen wie du*“, beschreibt es Egger Getränke Marketingleiter Martin N. Eicher. Das Unternehmen hat eigens in eine neue Teebrühanlage investiert, um das Getränk inhouse produzieren zu können. Bernhard Prosser, Geschäftsführer von Egger Getränke, ergänzt: „Unkraut ist nicht *more of the same*, sondern eine echte Innovation. Damit meine ich nicht nur die Idee, mit echten „Un-Kräutern“ ein Getränk frisch zu brühen, sondern auch die Art, wie wir damit auf den Markt gehen und die Konsumenten ansprechen.“

Brennnessel, Löwenzahn & Rotklee

Entwickelt wurden in einem mehrmonatigen, intensiven Prozess in Summe drei Sorten: Alle aus heiß aufgebrühtem Tee, natürlichem Fruchtsaft und Kaltaufguss von echtem Unkraut. *Unkraut Brennnessel* ist eine Kombination mit Weißtee und Traubensaft, *Unkraut Löwenzahn* besteht neben dem Unkraut aus Grüntee und Birnensaft und *Unkraut*

unkraut

Rotklee aus Roiboostee und Apfelsaft.

Weitere Fakten: Mit maximal 17 kcal pro 100 ml ist Unkraut kalorienarm, kommt ohne Zuckerzusatz und ohne jegliche Zusatz- und Konservierungsstoffe aus und wird – auch das eine Rarität am Getränkemarkt – klimaneutral produziert.

Unkraut in ganz Österreich: Eine wilde Kampagne zum Markteintritt

Wie Unkraut selbst wird auch die Einführungskampagne wild, frisch und ungewöhnlich werden. Die Erstausslieferung von Unkraut findet bereits Ende März statt. Im Mai startet dann eine große Launchkampagne in ganz Österreich. Slogans wie „Ganz schön abgebrüht“, „Natürlich wild“ und „Alles außer süß“ beziehen sich nicht nur auf das neue Getränk, sondern auch auf die Zielgruppe selbst: Unkraut ist eben „Ein bisschen wie du“. Die Kampagne wird auf tausenden Plakaten, City Lights sowie auf einem riesigen Megaboard auf der Mariahilfer Straße zu sehen sein; außerdem wird der impactstarke Auftritt in Printanzeigen und online umgesetzt. Auffallend dabei: Die grafische Umsetzung greift vor allem das enthaltene Unkraut auf und vermittelt schon allein optisch sehr klar die Attribute des neuen Getränks - Natürlichkeit, Wertigkeit und wilde Frische. Begleitet wird der Marktstart zusätzlich durch auffallende Street-Samplings sowie eine Reihe weiterer ungewöhnlicher Guerilla-Promotions.

Der Markt wartet auf Unkraut

Mit Unkraut haben die niederösterreichischen Getränkeexperten offenbar eine Innovation geschaffen, auf die der Markt gewartet hat. Bei einer Befragung durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com im September 2018 wurde von den Konsumenten die hohe Attraktivität des Produktkonzepts klar bestätigt. Die Konsumenten zeigten eine hohe Probierbereitschaft und Neugierde und bewerteten besonders die Aspekte Design, Innovationsgeist und Natürlichkeit besonders positiv. Bereits bei diesem ersten Markttest erreichte Unkraut Top 1 Werte bei Attraktivität & Kaufwahrscheinlichkeit im Tee-Segment.

Unkraut wird es ab der KW 15 österreichweit im teilnehmenden Lebensmittelhandel in der 0,5 Liter PET-Flasche geben.

unkraut

Über Egger Getränke

Das Familienunternehmen Egger Getränke GmbH & Co OG beschäftigt am Standort Unterradlberg in Niederösterreich über 230 MitarbeiterInnen und setzt pro Jahr rund 100 Millionen Euro um. Zum Marken- und Produktportfolio des erfolgreichen Familienunternehmens gehören die Privatbrauerei Egger (www.egger-bier.at), Radlberger Limonaden (www.radlberger.at), Granny's Apfelsaft gespritzt (www.grannys.at) sowie NEU Unkraut (www.unkraut.at). Die Leidenschaft für Getränke spiegelt sich in den drei Geschäftsbereichen starke Marken, Lohnfüllung und Handelsmarken wider. Pro Jahr werden in Unterradlberg rund 355 Millionen Flaschen und Dosen produziert.

Als verantwortungsvolles Unternehmen erfolgt die gesamte Getränke-Produktion aller Sparten seit 2017 klimaneutral, die benötigte Energie stammt aus dem am Standort befindlichen Biomassekraftwerk und einem externen Stromanbieter, der zu 100% mit regenerativen Energieträgern arbeitet. Weitere Informationen: www.eggergetraenke.at

Rückfragehinweis:

Martina Macho PR

Martina Macho

mailto: martina@macho-pr.at

Tel: 0664/ 396 90 58