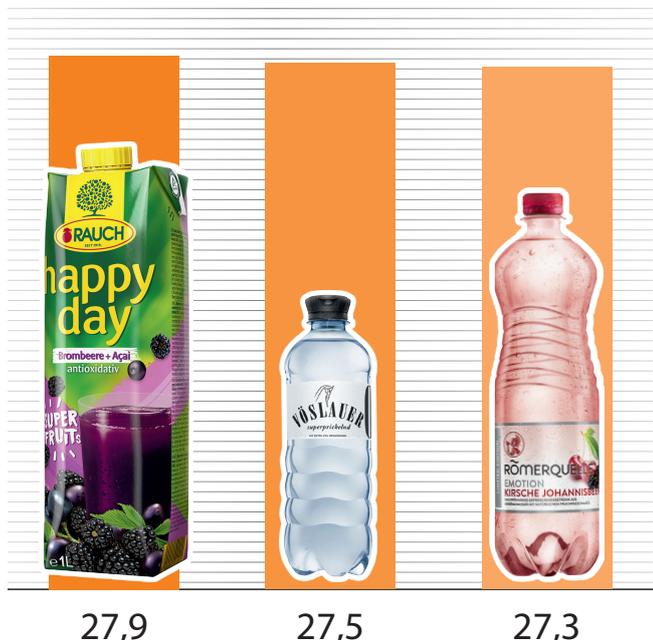




- 1. Platz: Rauch happy day Super Fruits..... 27,9%
- 2. Platz: Vöslauer superprickelnd 0,5L 27,5%
- 3. Platz: Römerquelle Emotion Kirsche Johannisbeere 27,3%



Alkoholfreie Getränke müssen ja heutzutage viel mehr können als einfach nur den Durst zu löschen. Ein Mehrwert – sei er ernährungsphysiologischer, praktischer oder emotionaler Natur – erhöht den Kaufanreiz enorm. Die Römerquelle etwa setzte bei ihrer diesjährigen Herbst-Edition der Nearwater-Linie „Römerquelle Emotion“ auf die Trendfrucht Schwarze Johannisbeere und kombinierte diese mit der generell in Österreich sehr gefragten Kirsche. Mit dieser Mixtur lag man im letzten Jahr bereits goldrichtig und so ließ man die Variante mit dem herb-süß-säuerlichen Geschmack heuer sinnvollerweise ein Comeback feiern. Die Verbraucher goutierten die Rückkehr mit außerordentlich hohen Werten in Sachen Kaufanreiz: 27,3% gaben an, sie sicher kaufen zu wollen. Damit liegt dieses Produkt auf Platz 4 aller jemals von uns abgefragten AF-Getränke und in der heurigen Jahreswertung auf Platz 3.

MEGASPRUDEL. Wem prickelnd noch nicht prickelnd genug war, für den hatte Vöslauer im Jahr 2015 eine überaus spannende Neueinführung am Start, nämlich „Vöslauer Mineralwasser“ in der Variante „superprickelnd“. Ursprünglich war dieses Produkt in der 1L-Flasche erhältlich. Heuer ersetzte man das Gebinde durch eine trendgemäße 0,5L-Einheit. In dieser Form eignet sich „Vöslauer superprickelnd“ natürlich noch viel besser zum Mitnehmen für unterwegs – und dies ist ja in Zeiten, wo insbesondere Getränke gerne und immer öfter on the go genossen werden, fast schon essentiell. Den Verbrauchern gefiel die Kombination aus einer Extraportion Kohlensäure und einem taschentauglichen Gebinde so gut, dass 27,5% von ihnen angaben, dieses Produkt sicher kaufen zu wollen. Und dies resultiert in nicht

weniger als der Silbermedaille in der Kategorie Alkoholfreie Getränke bei den „best launches 2018“. Im langfristigen Vergleich (also in der Reihung sämtlicher von uns jemals abgefragten Produkte) liegt „Vöslauer superprickelnd“ in der Halbliter-Flasche übrigens auf Platz 3.

URSUPER FRUITS. Superfood liegt ob seiner wohltuenden Eigenschaften voll im Trend. Insbesondere nicht ganz alltägliche Früchte haben es den Verbrauchern angetan, punkten diese doch nicht nur mit besonders wertvollen Inhaltsstoffen, sondern oft auch mit einem exotischen Namen, der einem schon rein akustisch vermittelt, dass man es hier mit etwas Besonderem zu tun hat. In der Realität holen sich dann aber die wenigsten ihnen unbekanntes Obst aus der Obst- & Gemüseabteilung ab – in trinkbare Form gebracht jedoch sind besondere Ingredienzen zur Zeit extrem gefragt. Genau in diese Kerbe schlug Fruchtsaft-Experte Rauch mit dem Launch der „happy day Super Fruits“. Dahinter steckt eine Range aus drei verschiedenen Sorten, die allesamt auf die antioxidativen Eigenschaften besonderer – exotischer und heimischer – Früchte setzen. Zu haben sind die Varianten „Brombeere + Acai“, „Johannisbeere + Acerola“ sowie „Aronia“. Alle drei strotzen vor Vitamin C und sollen dadurch in der Lage sein, Müdigkeit zu verringern und die normale Funktion des Immunsystems aufrecht zu erhalten. Dieses Konzept hat die Konsumenten derart neugierig gemacht, dass 27,9% unserer Befragten die „happy day Super Fruits“ sicher kaufen wollten. In der Realität steht das junge Getränke-Trio diesen Mafo-Daten in nichts nach: Die „happy day Super Fruits“-Range setzte sich am Markt für sog. Gesund Plus Konzepte on top. Top ist übrigens auch die Platzierung dieser Linie in unserem Gesamt-Ranking, das bis ins Jahr 2007 zurückreicht: Mit den bereits erwähnten 27,9% Top-Box-Angaben („würde ich auf jeden Fall kaufen“) erzielten die „happy day Super Fruits“ den zweitbesten Wert aller von uns in den letzten elf Jahren abgefragten alkoholfreien Getränke-Launches.

„Die ‚happy day Super Fruits‘ entsprechen genau dem aktuellen Zeitgeist, denn sie kombinieren besondere heimische Beeren-Sorten mit den wertvollen exotischen Superfruits. Die antioxidative Range der ‚Super Fruits‘ präsentiert sich zudem in einem modernen, auffälligen Verpackungsdesign. Die ‚happy day Super Fruits‘ entwickeln sich erfreulich und beleben den ‚Gesund-Plus‘ Markt deutlich. Gerade die bevorstehende Winterzeit wird die Nachfrage noch erhöhen“;

ist Daniel Wüstner, Geschäftsleitung Sales & Marketing bei Rauch, überzeugt.