



- 1. Platz: Kupferberg Trinkspruch Edition 15,4%
- 2. Platz: Henkell Trocken Limited Edition 15,3%
- 3. Platz: Hochriegl Party Edition 14,7%



In keiner anderen ‚best launch‘-Kategorie zeigt sich am Ranking deutlicher, welche Trends bei den Verbrauchern so richtig gut ankommen: Alle drei Plätze im Wein-, Schaumwein- und Spirituosen-Bereich werden nämlich von prickelndem Sekt eingenommen. Wobei keiner der drei ein neuer Schaumwein oder gar eine neue Marke ist, sondern ganz im Gegenteil, alle sind Brands, die die Verbraucher gut kennen – allerdings in einer speziellen, zeitlich limitierten Aufmachung.

FEIERLAUNE. Die Korke knallen für Platz 1 und die fröhlich, sommerliche „Kupferberg Trinkspruch“-Edition aus dem Henkell & Co-Portfolio. Die Flaschen sind mit flotten Sägern wie „Lassen wir´s prickeln“ oder „Zeit für gute Laune“ beschriftet und eignen sich damit natürlich

„Wir nehmen unsere Position als Marktführer ernst und sind uns unserer Aufgabe – Markenbotschafter für qualitativ hochwertige Schaumweine aus aller Welt zu sein – sehr bewusst. Wir freuen uns über die ‚best launches‘-Platzierungen!“

Philipp Gattermayer, GF Henkell & Co Österreich.

optimal als Mitbringsel für alle Anlässe oder auch gar keinen bestimmten Anlass – sondern eben einfach so, weil gute Laune angesagt ist. Damit passt die Limited Edition insgesamt auch zur Marke, die seit immerhin 165 Jahren für spontane und alltagstaugliche Sektkultur steht. Das gefällt den Verbrauchern. Philipp Gattermayer, GF Henkell & Co

Österreich: „Schön, dass wir nach wie vor so viele Menschen für Sekt begeistern können. Die „Kupferberg Trinkspruch“-Edition ist ein Hingucker für absolut jede Gelegenheit – für die vielen kleinen und großen Anlässe, die es wert sind, gefeiert zu werden.“

KEINE STAR-ALLÜREN. Auch Platz 2 im Rennen um die Launches mit dem höchsten Kaufpotential geht an die Henkell & Co-Sektkellerei: „Henkell Trocken“ im leuchtenden Sternbild-Design – die Limited Edition steht derzeit in den Regalen des Handels – ist für 15,3% der Befragten ein Produkt, das sie auf alle Fälle shoppen würden. Und auch hier steht der unkomplizierte Sektgenuss im Fokus der Vermarktung. Gattermayer: „Diese Limited Edition ist der Siegerentwurf unserer Kampagne, bei der wir unter dem Motto ‚Create your own Tradition‘ zur Gestaltung eines Flaschendesigns aufriefen. Der Wettbewerb ist eine konsequente Fortführung der aktuellen ‚Henkell‘-Kampagne, die unter anderem im TV-Spot zu unkonventionellem Sektgenuss auffordert und zeigt, dass ‚Henkell‘ locker, kosmopolitisch und zeitgemäß ist.“ Gerade jetzt kann sich Henkell & Co übrigens auch über weitere Auszeichnungen, wie etwa den Testsieg des Magazins Konsument und mehrere AWC – Austrian Wine Challenge-Medaillen, freuen. Gattermayer: „Wir nehmen unsere Position als Marktführer ernst und sind uns unserer Aufgabe – Markenbotschafter für qualitativ hochwertige Schaumweine aus aller Welt zu sein – sehr bewusst. Wir freuen uns über die ‚best launches‘-Platzierungen!“

PARTY-STIMMUNG. Der Ansatz, dass Sekt – bester Qualität und aus Österreich – bei jeder Gelegenheit passt, aber insbesondere bei keiner Party und schon gar nicht zu Silvester fehlen darf, ist auch dem Hause Schlumberger für die Marke „Hochriegl“ eine Limited Edition wert. Die „Hochriegl Party Edition“, die Ende 2017 im knallig-fröhlichen Orange lanciert wurde, traf jedenfalls den Geschmack der Verbraucher: Sie rangiert mit nur wenig Abstand zu den vorderen Plätzen auf Platz 3. Entsprechend klar lässt sich also feststellen: Sekt – so feierlich, wie er immer noch konsumiert wird, darf sich den Anlässen gerecht auch entsprechend in immer wieder neuen Outfits präsentieren. Die Verbraucher finden das jedenfalls gut.

„Schön, dass wir nach wie vor so viele Menschen für Sekt begeistern können. Die „Kupferberg Trinkspruch“-Edition ist ein Hingucker für absolut jede Gelegenheit – für die vielen kleinen und großen Anlässe, die es wert sind, gefeiert zu werden.“

Philipp Gattermayer, GF Henkell & Co Österreich