



Thema: Radlberger Marken

Autor: k.A.

line extension **Rauch happy day Sprizz**
SPRITZIG



Rauch sorgt für mehr Auswahl bei den hierzulande sehr beliebten gespritzten Fruchtsäften in der „happy day“-Familie. Diesmal wird die feine Süße der Holunderblüte mit dem säuerlichen Geschmack der Limette kombiniert, was die überaus erfrischende Sorte „happy day Holunder-Limette Sprizz“ ergibt, die insbesondere an heißen Sommertagen einen feinen Durstlöcher darstellt.

relaunch **Rauch happy day Sprizz**
ANGEPASST



Gebinde, die auch den Bedürfnissen kleinerer Haushalte gerecht werden, sind derzeit besonders gefragt. Rauch tauscht deshalb die 1,5L-Flaschen von „happy day Sprizz“ durch deutlich handlichere 1L-PET-Gebinde ab. Im neuen Packaging-Format, das ebenfalls über eine attraktive Sleeve-Optik verfügt, eignen sich die gespritzten Säfte auch zum Mitnehmen für den großen Durst unterwegs.

line extension **Rauch Eis Tee**
PRICKELND




Mit jeder Menge News wartet Rauch heuer auch im Eistee-Bereich auf: So lanciert man etwa eine spannende Neuheit für alle, die es gerne prickelnd mögen: Der „Rauch Sparkling Eis Tee“ kommt in den beliebten Geschmacksrichtungen „Pflirsich“ und „Zitrone“, und zwar in der silber glänzenden 0,355L-Slim Can. Auf vielfachen Wunsch feiert außerdem die „Rauch Eis Tee“-Variante „Melone“ ein Comeback als Limited Edition. Sie ging aus einem Voting auf Instagram und Facebook als Sieger hervor und soll in der warmen Jahreszeit wieder für saisonale Abwechslung sorgen. Ein wichtiges Thema bleibt für Rauch auch weiterhin die Beach Volleyball-WM, bei der man bewährterweise als Premium-Partner mit an Bord ist. Spezielle Promotion-Flaschen sowie ein auf Instagram basierendes attraktives Gewinnspiel werden ab Mai auf das Megaevent aufmerksam machen. Neben den heiß begehrten Plätzen auf der Rauch-Tribüne gibt es auch Preise von „Sony“, „Area 47“, „Blue Tomato“, „Cineplexx“ und „Micro“ zu gewinnen.

relaunch **Rauch happy day Mild**
VERTRÄGLICH



Wer mit Fruchtsäure nicht ganz so gut klar kommt, braucht dank Rauchs „happy day Mild“-Range nicht auf Saft zu verzichten. Die entsprechenden Produkte sind säurearm und angenehm zu trinken. Jetzt werden diese Vorzüge, sprich der Unterschied zu den klassischen „happy day“-Varianten im Zuge eines Relaunches optisch besser hervorgehoben. Außerdem kommt die Sorte „Pink Grapefruit Mild“ neu auf den Markt.

line extension **Rauch Cafe mio**
ITALIENISCH INSPIRIERT



Rauchs Eiskaffee-Linie „Cafe mio“ (mit Alpenmilch aus Österreich) startet rundum optimiert in die neue Saison. So erhält die Range einen neuen, moderneren Look, der an die Kaffeewelt Italiens erinnern soll. Zugleich wird das Sortiment um die Variante „Vanilla Nut“ ergänzt, die besonders cremig ist. Die bewährten Varianten „Cappuccino“ und „Macchiato“ werden natürlich weiterhin angeboten.

line extension **Rauch bravo**
BRAVISSIMO



Die Dose ist längst wieder zum echten Trendgebilde avanciert, bietet sie doch in der Tat zahlreiche handfeste Vorteile. Rauch erweitert sein „bravo“ Sortiment deshalb um eine zusätzliche Geschmacksrichtung in diesem Packaging-Format. Neben den Sorten „Rote Traube“ und „Orange“ wird nun auch die Variante „Multivitamin“ in der Dose angeboten, und zwar im aufmerksamkeitsstarken Look.

line extension **Carpe Diem Kurkuma**
ANDERS



Der neue Premium-Tee von Carpe Diem, „Carpe Diem Kurkuma Sparkling White Tea“, ist vegan und zu 100% aus natürlichen Zutaten hergestellt. Die direkt gebrühte Weißtee-Basis wird durch den Geschmack von würzigem Kurkuma und fruchtiger Yuzu ergänzt – einer asiatischen Frucht, die nach einer Mischung aus Mandarine und Limette schmeckt. Erhältlich in der 0,5L-PET-Flasche.

Anfragen für weitere Nutzungsrechte an den Verlag



Thema: Radlberger Marken

Autor: k.A.

relaunch

**Granny´s
BIG APPLE**



Mit einem sanften Design-Relaunch sollen bei „Granny´s“ jetzt der Appetite Appeal erhöht und die Leichtigkeit der Produkte hervorgehoben werden. An der Qualität des Inhalts ändert sich freilich nichts: Auch weiterhin kommen ausschließlich Apfelsaftkonzentrat aus Österreich sowie klares Wasser zum Einsatz. Seit Februar wird „Granny´s“ außerdem klimaneutral hergestellt.

line extension

**Höllinger
SAFTIG**



Höllinger erweitert seine Schulsaft-Ränge um eine neue Sorte: „Bio Apfel Kirsche“ ist nun im auffälligen rosa-roten 0,2L-Tetra Prisma – mit Strohalm – erhältlich. Die bewährte Rezeptur mit dem Mischverhältnis aus 60% Apfel-Kirsche-Direktsaft und 40% stillem Wasser wird auch bei dieser Geschmacksvariante beibehalten. Dem Schulsaft „Bio Apfel Kirsche“ wird kein Zucker zugesetzt.

line extension

**true fruits
GRÜNER ANGRIFF**



Dass Gemüse schmecken kann, beweist die neue Limited Edition von true fruits. Grünkohl, Spinat und Matcha vereinen sich zu „Make love“, dem 9. limitierten Smoothie von der Edelsaftschmiede aus Bonn. Auf Zusatzstoffe wurde bei der Herstellung verzichtet. Ein absoluter Hingucker ist die 250ml-Flasche mit wiederverschließbarem Deckel, die im Camouflage-Look die Kühlschränke erobert.

line extension

**Mautner Markhof Summer Splash
SUMMERTIME**



Inspiziert vom Trend nach hausgemachten, nicht zu süßen Limonaden, die etwas exotische Würze mitbringen, lanciert Mautner Markhof jetzt im Rahmen der limitierten „Summer Splash“-Saison-Sirupe die zwei Varianten „Birne-Rosmarin“ und „Rhabarber-Ingwer“. Sie richten sich insbesondere an eine junge Zielgruppe und können auch in aufmerksamkeitsstarken Zweitplatzierungen schön präsentiert werden.

relaunch

**Radlberger
SOMMER WIE HEUTE**



Die österreichische Traditionsmarke „Radlberger“ wird jetzt zeitgemäß inszeniert und rundum optimiert sowie um einen spannenden Neuzugang ergänzt. Aber schön der Reihe nach: Für einen noch schickeren Auftritt sorgen ein neues Etiketten-Design sowie farblich auf die jeweilige Sorte abgestimmte Verschlüsse. Neben der Verpackung hat man aber auch die Rezeptur an die Konsumentenwünsche von heute angepasst: Bei der Sorte „Orange“ wurde etwa der Zucker-gehalt um 1,2g pro 100ml reduziert und zugleich – ebenso wie bei der Variante „Ananas“ – die Rezeptur verfeinert. Der aktuellen Zucker-Diskussion begegnet man außerdem mit einem vielversprechenden Neuprodukt: „Radlberger Orange zuckerfrei“ hält Mitte Mai Einzug in den Handel, und zwar in der trendigen 0,33L-Sleek Can. Der Relaunch bzw. die Line Extension werden von einer umfassenden Werbekampagne begleitet, die beispielsweise Hörfunk-Spots sowie Online-Aktivitäten umfasst.

relaunch

**Mautner Markhof Sirup
FRISCHER AUFTRITT**



Ab sofort zeigen sich alle 0,7L-„Mautner Markhof“-Sirupe in einem neuen Design, das die Natürlichkeit und die Zutaten sowie die Marke in den Fokus rückt. Ab Frühsommer schließen sich dann auch die 1,5L-Flaschen dem neuen Look an. Damit erfrischt Mautner Markhof den Range-Auftritt im Regal und sorgt für noch mehr Aufmerksamkeit für die in vielen Varianten erhältlichen Sirupe.

launch

**Teekanne fresh
(NICHT) GANZ OHNE**



Die Teekanne macht jetzt nicht nur Tee-Beutel, sondern auch Ready to Drink-Erfrischungsgetränke auf Basis von frisch aufgebrühtem Früchtetee. Auf Zucker und künstliche Farbstoffe wird bei „Teekanne fresh“ zugunsten eines natürlichen, wie selbst gemachten Geschmacks verzichtet. An den Start gehen – in 0,5L-PET-Flaschen – die drei Sorten „Granatapfel Pfirsich“, „Hugo“ und „Waldbeere & Limette“.

Anfragen für weitere Nutzungsrechte an den Verlag