

## MEDIENINFORMATION

Neu ab KW 18/2012:

### **Römerquelle emotion cranberry|granatapfel, die köstliche Versuchung in neuem Design**

*Edelstal/Wien, April 2012.* – Wenn die Frühlingssonne strahlt und eine erste Vorahnung des Sommers durch das Land weht, stehen gemeinsame Aktivitäten wie Fahrradtouren oder Familienausflüge ins Grüne wieder auf dem Programm der ÖsterreicherInnen. Da kommt Römerquelle emotion cranberry|granatapfel genau richtig. Der neue, sagenhafte Genuss aus Frische und Verführung macht so richtig Lust auf die schöne Jahreszeit. Und dank des innovativen Etikettendesigns ist das neue Römerquelle emotion auch auf den ersten Blick anziehend wie nie.

Römerquelle emotion ist mit 40,9 Prozent Segmentanteil<sup>1</sup> die klare Nummer 1 im Near Water Bereich. Sieben von zehn<sup>2</sup> Geschmacksrichtungen, die derzeit im Handel erhältlich sind, wurden zu den beliebtesten Kombinationen in diesem Bereich<sup>3</sup> gewählt. Mit der Einführung des neuen Etiketten-Designs und der neuen Sorte Römerquelle emotion cranberry|granatapfel geht diese Erfolgsgeschichte jetzt in die Verlängerung.

#### **Cranberry bringt natürliche Frische...**

Die Cranberry, die nordamerikanische Verwandte der heimischen Preiselbeere, gewann in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung. Denn die Cranberry steckt nicht nur voller Geschmack, sondern wird auch auf Grund ihrer gesundheitsfördernden Eigenschaften geschätzt. Aber ganz abgesehen davon schmecken die dunkelroten Beeren ganz einfach wunderbar frisch und fruchtig.

#### **...Granatapfel die pure Leidenschaft**

Schon bei den alten Römern stand die lockende Frucht des Granatapfelbaumes für Schönheit und Verführung. Die belebende Wirkung ist seit langem bekannt. So wurde der Granatapfel, in dem sich feine Säure und verführerische Süße treffen, rasch zum Symbol für

Sinnlichkeit und Leidenschaft. Die Liaison mit der prickelnden Frische der Cranberry ist eine Idealkombination für die warme Jahreszeit.

### **Neue Etiketten für noch mehr Genuss**

Passend zur köstlichen Versuchung der neuen Geschmackskombination präsentiert sich Römerquelle emotion cranberry|granatapfel in einem neuen, verführerischen Äußeren: Die innovativen Etiketten mit natürlichen Fotos und frischen Farben machen noch mehr Lust auf den einzigartigen Genuss, der in der Flasche steckt. Das bestätigen auch Konsumenten, die für die neue Verpackung Bestnoten in allen wichtigen Kategorien vergeben<sup>4</sup>. Ganz egal, ob es dabei um das qualitativ hochwertige Design, das erwartete Geschmackserlebnis, Modernität, Eleganz oder Kaufbereitschaft geht.

"Das Near Water Segment zeigte 2011 ein dynamisches Wachstum von 8,8 Prozent<sup>5</sup>. Durch laufende Innovationen verzeichnen die Neueinführungen von Römerquelle emotion in dieser Kategorie die beste Reichweite<sup>6</sup> sowie Wiederverkaufsrate. Mit Römerquelle emotion cranberry|granatapfel setzen wir neue Impulse und sind überzeugt, die Loyalität unserer Fans weiter zu steigern. Schon jetzt decken 50 Prozent der Konsumenten ihren Near Water Bedarf ausschließlich mit Römerquelle emotion", zeigt sich Stephan Reiter, Nationaler Verkaufsleiter Handel & Tankstellen von Coca-Cola Hellenic Österreich, zufrieden.

### **Mit besten Empfehlungen**

Neben neuen Geschmackskombinationen und verführerischen Verpackungsdesigns sorgt auch ein massiver Werbeinsatz für den anhaltenden Erfolg von Römerquelle emotion. Zur Einführung von Römerquelle emotion cranberry|granatapfel generiert der starke Werbedruck durch Auftritte der Marke im TV, am POS, Outdoor und in digitalen Medien gesteigerte Präsenz<sup>7</sup>.

Zum Start der neuen Sorte werben auch wieder 120.000 Neckhanger auf den 6 x 1,5l Römerquelle prickelnd, mild und still PET Flaschen. Zusätzlich geben 120.000 Onpack-Samplingflaschen – 200 ml – einen kleinen Vorgeschmack auf die große Verführung.

Der Sommer kann kommen!

<sup>1</sup> AC Nielsen, LH total inkl. H/L YTD KW 8 2012

<sup>2</sup> [http://www.roemerquelle.at/rq\\_neu/de/vielfalt/vielfalt.php](http://www.roemerquelle.at/rq_neu/de/vielfalt/vielfalt.php), 29.03.2012 (Römerquelle emotion: *birne|melisse, brombeere|limette, apfle|ribisl, zitrone|passionsfrucht, erdbeere|rhabarber, lemongrass, jostabeere, cranberry|granatapfel, marille|holunderblüte, guarana*)

<sup>3</sup> AC Nielsen, LH inkl. H/L, % MA Wert, FY 2011

<sup>4</sup> Synovate, Römerquelle emotion Label Test 2011

<sup>5</sup> AC Nielsen, LH inkl. H/L, Veränderung Vol. in tsd. L vs. VJP, FY 2011

<sup>6</sup> GfK Jahrespräsentation FY 2011

<sup>7</sup> Basis: Fokus, Brutto Media Ausgaben, FY 2011

Rückfragen für Medien:

Grayling Austria GmbH  
Juliane Pamme  
Tel: 01/ 524 43 00-15  
e-mail: juliane.pamme@grayling.com

Coca-Cola HBC Austria GmbH  
Susanne Lontzen  
Tel: 01/61060-262  
e-mail: susanne.lontzen@cchellenic.com