



Nur die fruchtigsten Früchte

YO Fruchtsirup – ob klassisch oder leicht – ist nicht nur ein fantastischer Durstlöscher für die ganze Familie, die Eckes-Granini-Marke begeistert auch durch neue Ideen in der Anwendung. Denn jeder, der Sirup trinkt, weiß: Sirup schmeckt gut, das Ausgießen kann jedoch klebrig werden.

Täglichen Genuss einfach erleben
Eckes-Granini ist sich seiner Verantwortung bewusst und machte es sich zur Aufgabe,

eine hochwertige und komfortable Flasche zu entwickeln, die ein weiteres wichtiges Konsumentenbedürfnis befriedigen sollte. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Die neue attraktive PET-Flasche mit dem cleveren **Anti-Patz-Verschluss** ermöglicht kinderleichtes und angenehmes Ausgießen und verhindert Verkleben und Patzen.

Die hochwertige und ansprechende 0,7-l-PET-Flasche ist handlich, leicht und bruchsicher und ermöglicht mit der angenehmen Griffmulde eine bessere Dosierung. Der neue Verschluss ist gleichzeitig ein innovativer Ausgießer, der tropf- und klebefreies Einschenken garantiert.

Mit dieser neuen Flasche ist das Erleben des beliebten, fruchtigen YO-Sirups für Familien und Kinder eine Freude und ein echter Genuss.

Launch in 2010

Die Einführung erfolgte mit Jahresbeginn 2010 auf dem österreichischen Markt. Der Launch in Osteuropa und Deutschland, wohin die Marke erfolgreich exportiert wird, ist auch schon umgesetzt.

Für die zehn klassischen YO Sirup-Sorten werden ausnahmslos nur beste, sorgfältig ausgewählte Rohstoffe aus streng kontrollierter Herstellungs-

lung verwendet. Selbstverständlich verzichtet Eckes-Granini dabei auf den Zusatz von künstlichen Farbstoffen und chemischen Konservierungsmitteln. Auch die Sorten der beliebten YO Leicht Sirupe mit zwei Drittel weniger Kalorien gibt es in der neuen PET-Flasche.

Werbliche Unterstützung

Mit der breit angelegten Schaltung des neuen TV-Spots (bis Anfang Juni 2010) mit dem beliebten YO-Lied „Nur die fruchtigsten Früchte ...“, erneuert YO sein Bekenntnis zur unverfälschten Fruchtigkeit.

Sticker auf den Sirup-Flaschen informieren den Konsumenten über die Vorteile des **Anti-Patz-Verschlusses**. Ein attraktiv gestaltetes Display sorgt am POS für Aufmerksamkeit, Printwerbung ist in Planung.

Neue Sorte: YO Fruchtsirup Roter Multivitamin

Die Mixtur aus den Früchten Himbeere, Kirsche, Apfel, Erdbeere, Aroniabeere und Schwarzer Ribisel entfaltet einen vollen, fruchtigen Geschmack. Die enthaltenen Vitamine B6, Folsäure und Vitamin B12 leisten zu jeder Jahreszeit einen wertvollen Beitrag zum Wohlbefinden. Damit ist die neue Sorte Roter Multivitamin eine echte Bereicherung des YO Fruchtsirup-Sortiments.

FruchtTiger mit neuem Auftritt

Der neue Auftritt des FruchtTigers verspricht viel Spaß für Kinder. Er wird ab Ende Mai 2010 auf dem österreichischen Markt erhältlich sein.

Um den Wünschen von Kindern und Eltern noch mehr entgegen zu kommen, wird es bis Sommer 2010 einen Relaunch der beliebten Kindermarke FruchtTiger geben. Das neue Konzept ist besonders kindgerecht und wird mit neuen Rezepturen, neuen Sorten und neuem Kommunikations-Auftritt begeistern.

Die Einführung wird mit begleitenden Werbemaßnahmen unterstützt.

Die Marke FruchtTiger gehört seit 1997 zum Portfolio von Eckes-Granini und bietet ein breites Sortiment, welches sich an die Zielgruppen Familien mit Kindern im Alter von 3 bis 11 Jahren richtet.

