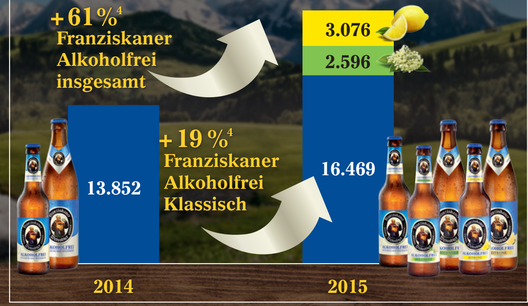
Nutzen Sie den Erfolg von Franziskaner Alkoholfrei für 2016

Markenbekanntheit

Franziskaner Alkoholfrei Biermisch 38 %[3]

Franziskaner Alkoholfrei Klassisch 53 %[3]

Umsatzentwicklung Franziskaner Alkoholfrei



Umsatzentwicklung Mitbewerber

Weizen AF & Weizen AF Biermisch

Mitbewerber 1: +8 %[4]

Mitbewerber 2: -4 %[4]

Quelle: [3]Millward Brown, Brand Equity Tracking, Q3 2015, Total Brand Awareness
[4]Nielsen, LEH+GAM+C&C+Tank inkl. Aldi, Lidl, Norma, Umsatz in Tsd. Euro, YTD 2014 vs. YTD 2015 KW 39

Ganzjährige Unterstützung und maximale Media-Power

2016	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
Innovation			Launch	Franziskaner Alkoholfrei Blutorange								
TV					Alkoholfrei							
Digital	Alkoholfrei											
Großflächenplakatierung						Alkoholfrei						
PR/Fachpresse			Franziskaner Alkoholfrei Blutorange									
Sampling				Alkoholfrei								
Handel & Gastronomie			Launch-Unterstützung Franziskaner Blutorange		Masterbrand-Promo Fokus Alkoholfrei							

2015 brachte ausgezeichnete Frische ins Portfolio

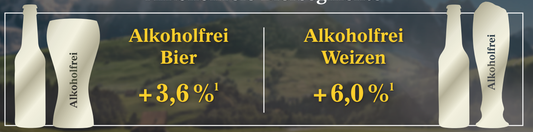
Produktvielfalt mit zwei neuen Sorten

Wir setzen auf das richtige Segment in der Gastronomie

Alkoholfreie Segmente in der Gastronomie

+2,5 % Umsatz[1]

Alkoholfreie Biersegmente



Alkoholfrei Bier +3,6 %[1]

Alkoholfrei Weizen +6,0 %[1]

Außer-Haus-Markt bietet Potenzial für Sortenvielfalt

Haushaltskonsum

53,7 %[2] Wasser

Alkoholfreie Getränke mit Geschmack: 46,3 %

Außer-Haus-Konsum

76,7 %[2] Alkoholfreie Getränke mit Geschmack

Wasser: 23,3 %

Quelle: [1]ConsumerScan | TrinkTrends | Stichprobe 2.800 Personen 16–49 Jahre | Getränke gesamt | Jan–Aug 14/15 | Wert in %
[2]ConsumerScan | TrinkTrends | Stichprobe 2.800 Personen 16–49 Jahre | AFG | Jan–Aug 14/15 | Menge in %

Setzen Sie mit uns weiter auf Wachstum

NEU
BLUTORANGE
Fruchtig-frisch und nicht zu süß.

Unsere Sortimentserfrischung 2016

ALKOHOLFREI
BLUTORANGE

- Alkoholfreies Biermischgetränk aus 55% alkoholfreiem Weizen-Schankbier (Alk. <0,5% vol.) und 45% Erfrischungsgetränk mit Blutorangengeschmack
- Vitaminhaltig (Vitamin C, Vitamin B12, Folsäure)
- 26kcal/100ml
- Fruchtig-frisch und nicht zu süß für Auszeitmomente zu jeder Tageszeit

VITAMINHALTIG

Neue Sorte für zusätzliche Kaufimpulse

- Zitrus-Geschmacksrichtungen sind generell beliebt in der Lebensmittel- und Getränke-Industrie.[1] Hierzu zählt auch der bekannte Geschmack der Blutorange.
- Die neue Sorte Alkoholfrei Blutorange entspricht somit dem Trend und spricht neue Verwender an.[2]

75 %
aller Befragten geben an, dass das Produkt voll und ganz ihren Erwartungen entspricht[1]

Überzeugender Geschmack für optimale Kaufbereitschaft!

61 %
der Befragten würden das Produkt kaufen[1]

Quelle: [1] Döhler Market Intelligence
[2] isi Marketing research & consulting, 168 befragte Personen, Juni 2015

Optimale Produktunterstützung in der Gastronomie

Gäste bestellten ihr Getränk, weil es ...	Franziskaner bietet vielseitige Produktplatzierungen für die Kundenansprache
... auf der **Getränkekarte** war. **29 %**	Integration von Franziskaner Alkoholfrei in die Getränkekarte (z. B. mit dem individuellen Inlay)
... in **Kombination mit Speisen** angeboten wurde. **18 %**	Menü-Kombination mit Franziskaner Alkoholfrei Produkten
... auf der **Speisekarte** aufgeführt war. **11 %**	Platzierung der Franziskaner Alkoholfrei Produkte innerhalb der Speisekarte bei den Softgetränken als vitaminhaltige Alternative
... zu einem **Angebots-Preis** angeboten wurde. **9 %**	Aktionsangebot in Form einer Preis-getriebenen Promotion-Aktion

Quelle: Millward&Brown Dez 2014 Nationally representative market sample (N=3.000 total)

Visibilität in der Gastronomie

Basis-Werbemittel

- A2 Poster
- Bestecktasche
- Bierdeckel
- Kühlschranksticker
- Stick'n'Glide® Tischaufsteller Portfolio
- Tischaufsteller Dreieck
- Tischaufsteller Inlay
- Tischset

Abb. ähnlich