



Wilthener Kräuter-Offensive

Mit geballter Kraft startet Wilthener Gebirgskräuter ins neue Jahr

Wilthen, Februar 2014. Wilthener Gebirgskräuter ist weiter auf Expansionskurs. Mit der Neupositionierung der Marke vor drei Jahren begann die Offensive, die bis heute und auch in Zukunft konsequent fortgesetzt wird. Denn der Erfolg spricht für sich: Mit einem nationalen Absatzwachstum von +12,8 % und der Gewinnung weiterer Marktanteile auf über 10% (Quelle: Symphony IRI-Group Jan. – Dez. 2013) bestätigt Wilthener Gebirgskräuter seine Position als Nummer 3 im Markt der Halbbitterliköre. Auch die zwei Innovationen in der Markenfamilie – das erste Wilthener Heißgetränk, Wilthener Gebirgszauber, und die leichte fruchtige Wilthener Gebirgsblüte als ideale Sommerspirituose tragen zur positiven Entwicklung der Marke bei und zeigen, wie viel Potential in der Marke steckt. Mit einer umfangreichen Marketing-Offensive hat sich die Marke auch für 2014 viel vorgenommen.

Starke Präsenz im Bereich Media

Neben der Fortführung des TV-Sponsorings des erfolgreichen ZDF-Vorabendformates "Die Rosenheim Cops" wird Wilthener Gebirgskräuter mit Hörfunkspots in reichweitenstarken Radiosendern sowie einer umfangreichen Anzeigen- und PR-Kampagne in den Fach- und Publikumsmedien im ersten Halbjahr für Aufmerksamkeit sorgen. Dabei konzentrieren sich die verkaufsfördernden Maßnahmen auf den Zeitraum März bis Mai 2014.

Starke Verbraucher-Penetration

Um die hohe Wahrnehmung der Markenplattform "Wilthener Gebirgskräuter" am PoS sicher zu stellen, forciert die Hardenberg-Wilthen AG im ersten Halbjahr auch die Promotionaktionen: So wird im Zeitraum März bis Mai jede zweite Flasche mit einem attraktiven Sammelglas mit einem von sechs Motiven der beliebten Marmelade aus der TV-Werbung ausgestattet. Präsentiert wird die bundesweite LEH-Aktion auf aufmerksamkeitsstarken Displays für die Zweitplatzierung.

Zum ersten Mal wird Wilthener Gebirgskräuter auch mit einer breit angelegten Sampling-Aktion in Outdoor-Shops über 100.000 Produktkontakte schaffen und Verbraucher an die Marke heranführen.

Starke Cross-Vermarktung

Mit Ausblick auf die Sommersaison wird die Dachmarke Wilthener Gebirgskräuter im ersten Halbjahr im Rahmen einer Cross-Vermarktung mit der Wilthener Gebirgsblüte neue Marktimpulse geben. Auf dem Produkt Wilthener Gebirgskräuter wird für das Produkt Wilthener Gebirgsblüte geworben und zusätzlich zu den jeweiligen sortenreinen Displays gibt es auch Mixdisplays, die den Abverkauf der erfolgreichen Line-Extension weiter fokussieren. Die leichte Kräuterkomposition aus Holunderblüten und erfrischender Minze liegt voll im Trend und ist nicht nur pur auf Eis, sondern zum Beispiel auch als Bowle oder als Cocktail ein Genuss. Verbraucher finden auf den Flaschen Wilthener Gebirgsblüte, die das ganze Jahr erhältlich sind, dazu innovative Rezeptideen.



Die **Hardenberg-Wilthen AG** ist ein niedersächsisches Familienunternehmen mit Stammsitz in Nörten-Hardenberg und Zweigniederlassung in Wilthen. Im Jahre 1700 gegründet, steht der drittgrößte Spirituosenhersteller Deutschlands heute für Tradition, Sorgfalt und die beliebte Marke **Wilthener Goldkrone**. Weitere Marken im Portfolio sind **Hardenberg** mit Korn- und Obstbränden sowie Schwartzhog und der Funspirituose Kleiner Keiler, Weinbrände und Liköre unter dem Markendach **Wilthener**, **Original Danziger Goldwasser** sowie **Original Lehment Rostocker** Doppel-Kümmel und Aquavit. Seit April 2012 übernimmt die Hardenberg-Wilthen AG mit der Verantwortung für Marketing und Vertrieb für die Marken **Coppa Cocktails**, **Trojka** und seit 2014 für die Marke **Antica Sambuca** auch die Funktionen eines Importeurs. Alle Informationen über das Unternehmen und Produkte unter www.hardenberg-wilthen.de.

Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:
segmenta pr, Feldbrunnenstraße 52, 20148 Hamburg, Fax: 040-45 97 22
Elena Schaumburg, Tel: 040 - 44 11 30-23, E-Mail: [schaumburg\(at\)segmenta.de](mailto:schaumburg(at)segmenta.de)
Svenja Beneke, Tel: 040 - 44 11 30-15, E-Mail: [beneke\(at\)segmenta.de](mailto:beneke(at)segmenta.de)