

Info

COBRACEST WILL MIT CLUBBER DIE NR. 2 WERDEN.



Richard Häusler, Cobracrest-Vorstand, präsentiert die neuen Clubber Energy-Drinks.

Zwei Clubber Energy-Drinks soll es ab Herbst diesen Jahres in den Regalen der Convenience-Stores geben. Dafür arbeitet jedenfalls Richard Häusler, Vorstand der Cobracrest, zusammen mit seinem Team. Unterstützt werden sie seit Ende vergangenen Jahres von Stefan Reiß, Mitinhaber der Marketing-Agentur Reiß, Sohn & Co. Die Energy-Drinks Clubber und Clubber Light wurden bereits 2005 entwickelt. Im gleichen Jahr entstand auch der Anbieter, die deutsche Cobracrest. Doch erst jetzt kommen die beiden Drinks in den Markt, nachdem die Pfandproblematik gelöst ist. Positioniert werden sie als Fun-Energizer, die eine breite Zielgruppe zwischen 14 und 39 Jahren ansprechen sollen. Clubber steht für „non-Schickimicki, non-stylisch, Fun und Party oder auch Kirmes und Rummel“, so Häusler und Reiß. Beide Drinks präsentieren sich in einer gelben beziehungsweise blauen Slimline-Dose mit einem Comic-Hasen-Logo. „Abverkaufs-Tests, die Bormann & Gordon durchgeführt hat, sind positiv verlaufen“, berichtet Häusler. Anschließend habe es Gespräche mit Lekkerland und anderen Großhändlern gegeben. Die Listungen seien zum Teil bereits erfolgt. Der Einstiegs-Preis der Energizer wird bis zu 20 Prozent unter dem von Red Bull liegen. Für die Zukunft kündigt Häusler schon jetzt weitere Produkte unter der Dachmarke Clubber an.