

FANTA: SPASS ZUM DURCHDREHEN

Umfassender Relaunch der Kultmarke

Nun auch FANTA zero in Österreich

www.fanta.at



Wien, März 2017 – Eine durchgedrehte Flasche, ein frisches, neues Design und ein noch fruchtigerer Fanta Orange Geschmack lassen die Herzen der FANTA-Fans jetzt höher schlagen. Mit FANTA ZERO ist nun echter FANTA-Geschmack bei zero Zucker auch in Österreich erhältlich. Mit dabei bei der neuen Kampagne sind auch Teenager, die an der neuen Ausrichtung der Marke beteiligt waren.

Seit Generationen begeistert FANTA Orangenlimonaden-Liebhaber von jung bis alt. „2017 schlagen wir in der ereignisreichen Geschichte von FANTA ein völlig neues Kapitel auf“, so Zaneta Ciganova, FANTA Brandmanagerin bei Coca-Cola Österreich, „wir setzen überall neue Maßstäbe – bei Verpackung, Geschmack, Kommunikation und Sortiment.“

Alles dreht sich um die neue Twist-Bottle
Als erstes sticht sofort die neue Flasche ins Auge. „Spaß zum Durchdrehen“ trifft es auf den Punkt. Mit den neuen unverkennbaren PET-Flaschen mit einem durchgedrehten „Twist“ sorgt FANTA für frischen Wind im Regal. Doch nicht nur die Silhouette, auch das Design des Logos und somit der Labels hat sich grundlegend geändert. „Der Auftritt wirkt frischer und zeitgemäßer“, informiert Zaneta Ciganova, „einerseits durch die revolutionäre Twist-Bottle, andererseits aber auch durch die neuen Visuals.“ Doch nicht nur die neue Flasche und das frische Design des Logos werden FANTA-Fans überraschen. „FANTA Orange schmeckt durch eine neue Formulierung jetzt noch fruchtiger“, freut sich Zaneta Ciganova.

FANTA Spass nun auch ohne Zucker mit FANTA ZERO

Auch für kalorienbewusste Freunde der Nr. 1 im Orangenlimonaden-Segment bietet sich nun eine fruchtige Möglichkeit. „Mit FANTA ZERO kommen wir dem Wunsch der Konsumenten nach einem FANTA ohne Zucker bei typischem FANTA-Geschmack nach.“ FANTA ZERO wird in 0,5 L und 1,5 L PET Flaschen erhältlich sein.

Gebt der Jugend das Kommando!

Die meisten können mit den Kürzeln CEO, CFO oder COO etwas anfangen. Doch wie steht es um die Bezeichnung „TMO“? Der sogenannte „Teen Marketing Officer“ hat mit seinem Team bei FANTA das Ruder übernommen und zeichnet im neuen TV-Spot für den neuen Auftritt und die frische Kommunikation verantwortlich. „Wir spielen einerseits natürlich mit dem Wahn an Abkürzungen in der Berufswelt. Wir zeigen aber auch, wie es funktionieren kann, seine Zielgruppe zu erreichen, indem man ihnen einfach das Kommando überlässt“, verrät die Brand Managerin mit einem Augenzwinkern. FANTA erhöht mit diesem Spot auch den Werbedruck und steigert die Spendings um 10%.“

Ab März flächendeckend im Handel

Die neue gedrehte PET-Flasche ist in 0,5L, 1,0L, 1,5L und 2,0 L ab März flächendeckend im heimischen Lebensmitteleinzelhandel erhältlich. Begleitet wird der neue Auftritt durch eine starke Kampagne im TV-, Outdoor- und Digitalbereich wie auch eine Samplingaktivierung. Attraktive Displays am POS machen zusätzlich auf das neue FANTA neugierig. Erhältlich sind die Sorten FANTA Orange, FANTA ZERO und FANTA Shokata mit Holunderblüte.



NEUE, VERDREHTE,
UNVERKENNBARE
PET-FLASCHE IN
ASYMMETRISCHER
FORM IN 0,5L, 1,0L,
1,5L, 2,0 L

NEUES LOGO,
JUGENDLICHER
UND FRISCHER

FANTA ORANGE
SCHMECKT
JETZT NOCH
FRUCHTIGER

FANTA IST DIE
NUMMER 1 IM ORAN-
GENLIMONADEN-
SEGMENT¹ UND ÜBER-
ZEUGT AUCH MIT DEM
BESTEN ORANGEN-LI-
MONADEN-GESCHMACK
IN ÖSTERREICH²

IM NEUEN
SPOT MIT DEM
„TEEN MARKETING
OFFICER“ UND SEINEM
TEAM ÜBERNEHMEN
DIE TEENS DAS RUDER
AN FANTA

FANTA ZERO
BIETET ECHTEN
FANTA-
GESCHMACK
BEI ZERO
ZUCKER

¹ AC Nielsen, LEH inkl. H/L, MA% Umsatz & Absatz, 2016;

² Ipsos Marketing, Umfragen-Zeitraum: 2011, n=640 Orangen-Limonaden Konsumenten (Alter 12-49) in österreichischen Großstädten



FANTA ORANGE SCHMECKT JETZT NOCH FRUCHTIGER

Durch die Erhöhung des Anteils an Orangensaft aus Orangensaftkonzentrat schmeckt Fanta Orange jetzt noch fruchtiger. Zahlreiche Verkostungstests zeigen, dass dieses neue Fanta Orange bei den Konsumenten äußerst gut ankommt. Fanta Orange gibt es in Österreich seit 1964 und hat sich zur Nummer 1 im Orangenlimonaden-Segment¹ entwickelt. Die Beliebtheit bei den heimischen Konsumenten wird durch den jetzt noch fruchtigeren Geschmack wohl noch weiter steigen.

¹ AC Nielsen, LEH inkl. H/L, MA% Umsatz & Absatz, 2016



FANTA ZERO BIETET ECHTEN FANTA-GESCHMACK BEI ZERO ZUCKER

Bei immer mehr Menschen spielt Kalorienbewusstsein eine Rolle. Gleichzeitig wollen sie aber auf gewohnten Geschmack nicht verzichten. Für Fanta-Fans, die auf ihre Kalorienzufuhr achten, gibt es mit FANTA ZERO nun eine fruchtige Möglichkeit mit zero Zucker. Damit kommt Fanta dem Wunsch der Konsumenten einem FANTA ohne Zucker bei typischem FANTA-Geschmack nach. FANTA ZERO wird in 0,5L und 1,5L PET-Flaschen erhältlich sein.



FANTA SHOKATA - ERSTAUNLICH ERFRI- SCHENDER HOLUNDERBLÜTENGESCHMACK

Ursprünglich als Limited Edition gedacht, erfreut sich FANTA SHOKATA mit Holunderblütengeschmack so großer Beliebtheit, dass es in das fortlaufende Sortiment aufgenommen wurde. „Shokata“ ist eine Wortkreation aus „Soc“, dem rumänischen Wort für „Holunder“ und „shock“ und drückt das aus, was Konsumenten erwarten können: eine schockierend andere Erfrischung. Erhältlich ist FANTA SHOKATA in der 0,5L PET und 1,5L PET-Flasche.