

PRESSEINFORMATION

Bad Überkingen, 11. Januar 2008
Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG
afri

Entscheidend anders. Entscheidend stärker. Entscheidend kultig.

afri baut 2008 Aktivitäten in Szene-Gastronomie und im Convenience-Kanal aus

Entscheidend anders. Entscheidend stärker. Entscheidend kultig. afri macht keine Kompromisse: Die Cola mit 25 Milligramm Koffein auf 100 Milliliter steht für maximalen Koffeingehalt und vollen Cola-Genuss abseits des Mainstreams. afri ist bewusst anders: Berauschend, unkonventionell, individuell und schwarz wie die Nacht. 2008 stehen bei der Marke der Ausbau der Aktivitäten in der Szene-Gastronomie und der Aufbau des Convenience-Kanals im Fokus. Darüber hinaus werden Online-Aktionen verstärkt die Website www.afri.de in den Kommunikationsmittelpunkt rücken.

Seit vergangenem Jahr sind in den beiden deutschen Metropolen Berlin und München zwei afri-Markenbotschafter unterwegs. Dieses erfolgreiche Projekt wird auch in diesem Jahr fortgeführt. Ausgesuchte Szene-Clubs, Bars und Lounges sind das Ziel der beiden Markenbotschafter Nicolai Berger und Daniel Blaschke. Die Szene-Kenner zeigen sich dafür verantwortlich, afri zurück zu den Wurzeln, in die Szene-Gastronomie, zu bringen. Sie promoten Neulistungen von afri-cola und afri-white und leisten darüber hinaus eine kompetente Betreuung der bestehenden Kunden. Die Erfolge in 2007 sprechen für sich: Allein in Berlin konnten mehr als 100 attraktive Neuobjekte gewonnen werden, in München sind es über 60 Objekte.

Der vertriebliche Schwerpunkt liegt auch 2008 vorrangig in der Szene-Gastronomie, weshalb der Einsatz der Markenbotschafter mit Nachdruck in diesem Jahr fortgeführt wird. In den vergangenen Monaten wurde hinsichtlich des Bedarfs in der Szene-Gastronomie ein weiteres Gebinde realisiert: Das Unternehmen füllt die kalorienreduzierte Version von afri-cola – afri-white – inzwischen auch in der legendären 0,2-Liter-Glasflasche ab. afri-white ist durch einen weißen Kronkorken und eine Banderole mit den Nährwertangaben von der original afri-cola zu unterscheiden. Das Produkt bietet bei weniger als 0,5 Kilokalorien pro 100 Milliliter vollen Kaffeegenuss für kalorienbewusste Menschen.

Neben der Szene-Gastronomie wird dem Aufbau des Convenience-Vertriebskanals Aufmerksamkeit gewidmet. An ausgewählten Tankstellen-Shops, die sich inzwischen als Anlaufstelle für moderne Konsumenten etabliert haben, finden Verbraucher ab sofort afri-cola in der nachtschwarzen 0,25-Liter-Slimline-Dose und die leichte, kalorienreduzierte afri-white in weißer Dose.

Für die internetaffine Zielgruppe wird die Homepage 2008 wieder um attraktive Projekte erweitert. Das komplette Jahr über berichtet Walter Vult, der neue afri Szene-Scout, wöchentlich aus Berlin. Vult macht sich in Berlin auf die Suche nach afri und berichtet von seinen Erfahrungen und Erlebnissen, die er bei den Besuchen in Clubs, Tankstellen-Shops oder Lounges macht. Mit ehrlicher Feder berichtet der Scout in einem interaktiven Blog und kommuniziert mit der Community. Eine zweite Aktion startete bereits pünktlich zum Jahresbeginn auf der Website: Der Markenclaim ENTSCHEIDE DICH wird mit der 365 Tage dauernden Aktion „Entscheide Dich jeden Tag“ erneut aufgeladen. Seit 1. Januar 2008 entscheidet die afri-Community jeden Tag über Grundlegendes, Aktuelles, Absurdes oder Unglaubliches. Dazu wird auf der Homepage täglich eine Entscheidung präsentiert, der User kann zwischen zwei Möglichkeiten voten und sich so aktiv positionieren. Das aktuelle Ergebnis wird jeden Tag zusammengefasst, alle Entscheidungen werden über die komplette

Aktionslaufzeit gesammelt und können selbstverständlich das ganze Jahr über aus einem Archiv abgerufen werden. Ein eigener afri-Online-Shop für Endverbraucher geht in Kürze online. Da nicht nur die taillierte Glasflasche Kultstatus genießt, können künftig ausgewählte Werbemittel unkompliziert über die Website bestellt werden.

Für weitere Informationen:
brandplattform GmbH,
Mona Hopfer, Public Relations,
Kalkofenstraße 51, 71083 Herrenberg,
Tel.: 07032 / 932 145, Fax: 07032 / 932 195,
E-Mail: mona.hopfer@brandplattform.de
www.stoll-fischbach.de