



Spezi setzt auf Fun-Deckel und Gastro-Aktionen

Cooler Sprüche

Das Problem ist nicht jedem Gastronomen klar: Nur dort, wo Spezi auf der Getränkekarte draufsteht, muss auch Spezi drin sein. Der Spezi Markengetränkerverband setzt aber nicht auf Strafen, sondern auf Aufklärung – und hat eine witzige Fun-Deckel-Aktion gestartet.

Die Aktion spricht schüchterne Gäste ebenso an wie Sprüche-Klopfer und ganz normale Gaststätten-Besucher: Mit coolen Anmach-Sprüchen sorgt der Spezi Markengetränkerverband Deutschland auf jeden Fall für Gesprächsstoff an Deutschlands Theken. Die frechen Sprüche, 60 verschiedene wurden für die Aktion ausgetüftelt, auf den orange-blauen Deckeln sind auffällig – und mehr als nur einen Lacher wert. „Genau das wollen wir erreichen: Wir wollen für witzige Unterhaltung und Kommunikation in der Gastronomie sorgen“, erläutert Spezi-Marketing-Leiterin Evelyn Jonke.

Und ganz nebenbei wird dabei der Markenname „Original Spezi“ ins Spiel gebracht. Der Augsburger Markengetränkerverband hat nämlich ein kleines Problem mit dem eingängigen Namen für das beliebte Cola-

Mix-Getränk: Jeder kennt es (vor allem in Süddeutschland), aber nicht jeder weiß, dass dahinter eine eigene Marke steckt. Und so gibt es Wirte, die irgendein Cola-Mix-Getränk als Spezi auf ihrer Getränkekarte ausweisen – aber nicht das Original Spezi ausschenken. Genau das ist aber ein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht und eine Warenunterschlebung.

Mit Aktionen wie mit den Fun-Deckeln will Spezi, schon 1956 vom Augsburger Brauhaus Riegele als Warenzeichen eingetragen, den Bekanntheitsgrad der Marke mit ihren hohen Qualitätsansprüchen stärken. Seit der Erfindung in den 50-er Jahren hat die Cola-Mix-Spezialität immer mehr Freunde gefunden. Nicht nur das Brauhaus Riegele vertreibt das erfrischende Getränk. Mittlerweile sind es deutschlandweit 18

Partner, die in der mittelständischen Kooperation Spezi Markengetränkerverband Deutschland (über 25 Jahre alt!) zusammenarbeiten.

Natürlich gibt es neben Original Spezi auch ein Spezi Light – nicht nur bei den jugendlichen Gästen kommt diese Mischung an. Dabei sind es gerade diese, die besonders gern zu Spezi greifen – entsprechend peppig sind die Marketing-Aktionen. Die Internet-Community unter www.spezi.com hat schon rund 13.000 User: SMS-Versand und Messaging sind für die Jugend beliebte Tummelplätze.

Die Fun-Deckel mit den coolen Sprüchen passen damit perfekt in die Marketing-Strategie, zumal in der Gastronomie und im Handel damit eine Promotion-Aktion „Immer schön cool bleiben“ verknüpft wurde. Über 500.000 Teilnahmekarten sind davon im Umlauf, es winken als Preise Piggio-Roller im Spezi-Design und andere attraktive Preise, passend für die Hauptzielgruppe, die 14- bis 29-Jährigen. *jma*

Weitere Infos: Telefon 0821 / 3209-88 oder Telefax 0821 / 3209-87.

Anzeige

www.bayerngast.de preiswerte online-Vermarktung für Hotels und Gaststätten

Leonrodstr. 7 • 83278 Traunstein
Tel. 0861 20902-0 • Fax 209020-20
info@geg-ts.de • geg-ts.de