

Papa-Türk-Limo erobert Schweizer Geschäfte

von N. Camenisch/K. Wolfensberger - Als Start-up begannen zwei Berner letztes Jahr, Papa Türk in die Schweiz zu importieren. Nun ist das Getränk so erfolgreich, dass es auch in den Coop-Regalen steht.



Patrick Strahm und André Steimann dürfen ihr Getränk bei Coop verkaufen. (Bild: zvg)

ein aus i

Fehler gesehen?

Fehler beheben!

Mundgeruch nach dem Dönerverzehr oder Alkohol? Damit ist nun Schluss. André Steimann und Patrick Strahm sind die Gründer der Firma 2S mit Sitz im Kanton Zug, die seit August das in Deutschland erfundene Getränk Papa Türk importiert. Bereits in den ersten zwei Monaten setzten sie 20'000 Dosen der Limonade ab. Wichtigster Inhaltsstoff des Chnobli-Killers ist Chlorophyll. Es färbt die Blätter von Bäumen grün und hilft gegen üblen Atem und Ausdünstungen.

Wer den Chnobli- oder Alkohol-Geruch im Mund loswerden will, braucht ab sofort nicht mehr auf die Suche nach Delikatessen-Shops zu gehen. Denn das grüne und vegetarische Getränk gibt es mit neuer Rezeptur ab sofort auch in den Coop-Regalen zu kaufen. «Papa Türk ist in 360 Läden gelistet», freut sich Steimann. Damit der Detailhändler das Getränk länger lagern kann, haben die deutschen Besitzer der Papa Türk GmbH an der Verpackung gefeilt: «Anstatt in der Flasche gibt es Papa Türk in der 2,5-Deziliter-Slimdose.» Grund: Dosen seien praktischer für die Kunden. Bisher gab es die Papa-Türk-Limonade in der Schweiz erst in verschiedenen Take-Aways, Tankstellen oder Restaurants.

Hoher Sättigungsgrad

Laut Marketingprofessor Cary Steinmann ist aber der hohe Sättigungsgrad des Getränkemarktes eine Schwierigkeit, mit der Papa Türk zu kämpfen haben wird. «Schon jetzt quellen die Regale der Supermärkte über mit den verschiedensten



Der Chnobli-Killer Papa Türk ist jetzt in der Dose erhältlich.

Auch ein Cola

Damit auch Fans von Energy-Drinks auf ihre Kosten kommen, gibt es demnächst auch eine Papa Kola zu kaufen. «Nebst dem Chlorophyll gegen den Mundgeruch ist dort auch Koffein als Energybooster drin – und zwar in höherer Dosis, als in der herkömmlichen Variante», sagt Importeur Steimann.

Was macht eine Limo erfolgreich?

Markenfachmann Stefan Vogler weiss eine klare Antwort: «Echt erfrischender Geschmack und das was jede neue Marke braucht: Hohe Bekanntheit, gute Profilierung und dadurch hohe Präferenz, gepaart mit möglichst breiter Verfügbarkeit in der Gastronomie und im Detailhandel.»

Limonaden und Süssgetränken», so Steinmann. Gute Noten erteilt er dafür dem Namen: «Er ist seltsam – das ist gut, so können die Kunden ihn sich gut merken.» Ein Risiko allerdings: Türkische Secondos könnten sich dadurch angegriffen fühlen.

Thomas Ramseier, Markenexperte bei Brandpulse, schätzt dieses Risiko eher als gering ein. «Der Auftritt von Papa Türk ist sehr szenig, das könnte den jungen, urbanen Konsumenten gut gefallen.» Ansonsten sei die Limonade ein klassisches Beispiel von Functional Food. Darunter versteht man Nahrungsmittel, die mit zusätzlichen Inhaltsstoffen angereichert sind und so den Konsumenten einen Zusatznutzen bieten. Solche Produkte seien meist eher im Nischenbereich erfolgreich, so Ramseier weiter.

Als Nischenprodukt gedacht

Dass Papa Türk als Nischenprodukt gedacht ist, stellt auch Coop nicht in Abrede. «Produkte wie Papa Türk runden das Standardsortiment ab und machen die Konsumenten zu Entdeckern», sagt Mediensprecher Ramon Gander zu 20 Minuten.

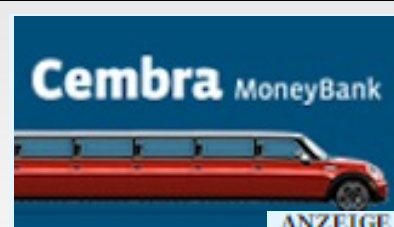
Entsprechend bleiben auch die Gründer von Papa Türk realistisch: «Wir freuen uns sehr über die Aufnahme ins Coop-Sortiment. Aber so schnell wie die Sonne aufgeht, kann sie auch wieder untergehen.» Das sieht Romy Planzer vom Verband der Schweizerischen Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten gleich: «Für einen Erfolg braucht es innovative und qualitativ einwandfreie Produkte. Der Erfolg ist aber alles andere als sicher, denn der Pro-Kopf-Konsum von Erfrischungsgetränken ist stagnierend.»

Mehr Videos

powered by 



«Wir brauchen keine WC-Anleitung»



Cembra Money Bank



Bern hat sein eigenes Cola

0 Kommentare 

 Login