

Orangina-Display von Drinks & More und Brohl Wellpappe

# Orangina bringt den Sommer an den POS

Orangina Original ist die natürliche Limonade aus verschiedenen Zitrusfrüchten und mit feinem Fruchtfleisch. Sie steht für ein Stück französische Lebensart und ist Inbegriff von Sommer, Sonne und Urlaubsfeeling. In Deutschland vertreibt Drinks & More die Kultmarke Orangina und inszeniert diese gekonnt mit außergewöhnlichen POS Promotions.

Sommer,  
Sonne &  
Orangina



Bereits die ersten Renderings demonstrieren, wie die Promotion für Orangina am POS aussehen wird.

Foto: Drinks & More



„Das Display sieht großartig aus, zieht die Aufmerksamkeit der Shopper auf sich und transportiert gekonnt das Markenimage von Orangina.“

Nicole Artelt, Trade Marketing Manager  
Off Trade Drinks & More

Foto: Drinks & More



„Mit dem 3D-Element Sonnenschirm kommuniziert das Display klar den saisonalen Charakter, entfaltet eine Fernwirkung und hebt sich von vielen anderen POS-Aktionen ab.“

Oliver Koob, Account Manager  
Brohl Wellpappe

Foto: Brohl Wellpappe



Drinks & More ist auf den Vertrieb und das Marketing von Premium Getränken vor allem im Trend & Szene Bereich spezialisiert. Das in Berlin ansässige Tochterunternehmen der Krombacher-Gruppe betreut ein breites Sortiment, bestehend aus verschiedenen Limonaden, Softdrinks und Wasser. Das Portfolio umfasst Topmarken wie Schweppes, Dr Pepper und Orangina.

Im Zentrum der Aktivitäten steht eine ganzheitliche Verantwortung für die Marken. Neue Marken werden entwickelt, bestehende Produkte und Brands werden bei der Entwicklung und Umsetzung tonangebender Verkaufs- und Marketingstrategien weiter ausgebaut. Dabei stehen stets die Bedürfnisse und Interessen junger und urbaner Zielgruppen sowie der Kunden aus dem Handel und der Szene-Gastronomie im Mittelpunkt. Die Expertise und Kompetenz von Drinks & More zeigt sich in den Bereichen Brand Marketing, Brand Activation & Experience, dem Außendienst für Trend- & Szene Gastronomie und Handel sowie Merchandise und Innendienst.

Für die Marke Orangina führte Drinks & More im Sommer 2023 eine umfangreiche POS-Aktion durch. Unterstützt vom Display-Spezialisten Brohl Wellpappe entstand eine außergewöhnliche Kampagne. Die Ziele und Eckpunkte dieser Aktion erläutern Nicole Artelt, Trade

Marketing Manager Off Trade Drinks & More, sowie Oliver Koob, Account Manager Brohl Wellpappe, in diesem Interview.

**DISPLAY:** Wenn ich an Orangina denke, kommt mir als erstes die kleine Viertelliter-Mehrwegflasche in den Sinn. Bei der Sommeraktion 2023 dreht sich alles um die 0,33-Liter Einwegdose von Orangina. Warum?

**NICOLE ARTELT:** Die 0,25-Liter-Mehrwegflasche Bulby ist ikonisch und unverwechselbar mit der Marke Orangina verbunden. Das Orangina-Sortiment umfasst jedoch mehrere unterschiedliche Verpackungsgrößen. Und diese möchten wir ebenso in den Köpfen der Shopper verankern. So stand 2018 die 0,5-Liter-PET-Flasche im ikonischen Bulby-Format im Fokus. 2021 war es die 1-Liter-PET-Flasche, ebenfalls in der Bulby

Form. Dieses Jahr fokussieren wir uns in der Sommer-Promotion auf die 0,33-Liter-Dose.

**DISPLAY:** Verstehe! In welchem Zeitraum war die POS-Aktion geplant?

**NICOLE ARTELT:** Orangina ist ein Getränk, das viele aus dem Urlaub kennen und mit Sommer und Reisen verbinden. Dies greift die POS-Aktion mit verschiedenen Elementen thematisch auf. Damit ist sie ein Angebot an den LEH, seine Aktionsflächen mit dem Premiumprodukt Orangina sommerlich zu bespielen. Die ersten Platzierungen fanden im Juni statt und laufen jetzt mit Beginn des Herbstes langsam aus.

**OLIVER KOOB:** Mit dem Element Sonnenschirm kommuniziert das Display klar den saisonalen Charakter. Dieser sorgt zudem für >>

## Drinks & More GmbH & Co. KG

Das Unternehmen ist ein national führender Premium-Getränkevermarkter mit Sitz in Berlin. Als Tochter der Krombacher Gruppe konzentriert sich Drinks & More auf Getränke im Trend- und Szenebereich und entwickelt für diese Brands geeignete Vertriebs- und Marketingkonzepte. Dabei sind stets die Bedürfnisse und Interessen junger und urbaner Zielgruppen und der Kunden aus dem Handel sowie der Szene Gastronomie im Visier. Das Portfolio umfasst neben Schweppes auch die Topmarken Orangina und Dr Pepper. Außerdem werden Trendmarken wie Proviant und Richard's Sun Iced Tea auf- und ausgebaut.



Mit dem Sonnenschirm setzt das Display sommerliche Akzente und schafft Aufmerksamkeit durch eine gute Fernwirkung.

Foto: Drinks & More



Gemeinsam mit dem Reiseführer Marco Polo begibt sich Orangina auf die Reise nach den Spuren der Orange. Hierzu wurde ein achtseitiger Reiseführer mitsamt Reisegewinnspiel in die POS-Aktion integriert.

Foto: Drinks & More

» eine Fernwirkung und hebt das Display von vielen anderen Aktionen ab. Dazu das kreisrunde Topschild in Form einer Orange, als Bezug zu Orangina, mit dem Hinweis auf ein Reisegewinnspiel sowie ein Dispenser mit achtseitiger Broschüre zu ebendiesem Reisegewinnspiel. Hier vielleicht der Hinweis, dass in der ursprünglichen Planung dieses Reisegewinnspiel ursprünglich nicht vorgesehen war.

**NICOLE ARTELT:** Ja, diese Anforderung kam kurzfristig hinzu, hat aber die POS-Aktion deutlich aufgewertet. Und hier möchte ich ein Kompliment an das Team von Brohl Wellpappe aussprechen, das zügig umgeplant und das Gewinnspiel exzel-

lent in das Display integriert hat. Danke für die pragmatische und schnelle Umsetzung.

**DISPLAY:** Abgesehen von den äußeren Werten, welche Besonderheiten weist das Display noch auf?

**OLIVER KOOB:** Es gab einige nicht alltägliche Anforderungen. So sollte der Wareneinsatz ab einer Höhe von mindestens 80 Zentimetern möglich sein. Das erforderte einige Kniffe im Konstruktionsdesign. Zumal das Display zusammengefasst beziehungsweise liegend verpackt in den Kofferraum passen muss – das Packmaß beträgt 90x85 Zentimeter. Und natürlich soll der Au-

bedienstmitarbeiter in der Lage sein, das Display schnell und simpel in weniger als fünf Minuten aufzubauen. Gepaart mit der geforderten Traglast von zehn Trays à 24 Dosen, ist das ein komplexes Anforderungsprofil. Zudem ist das Druckbild des Displays mit Digitaldrucktechnik aufgetragen. Durch einen speziellen Primer in Verbindung mit den vier Grundfarben CMYK sowie zwei zusätzlichen Sonderfarben wird der Zweitplatzierung durch einen hohen Glanzeffekt das gewisse Etwas verliehen. Die Tauperlen auf der Dose sowie die Orange stehen deswegen besonders hervor.

**DISPLAY:** Wie ist die Promotion bei Handel und Shopper angekommen?

**NICOLE ARTELT:** Der Reinverkauf in den LEH verlief sehr gut. Besonders eine sommerliche Großplatzierung ist gerne gesehen. Das Display sieht großartig aus, zieht die Aufmerksamkeit der Shopper auf sich und transportiert gekonnt das Markenimage von Orangina.

**DISPLAY:** Vielen Dank für das Gespräch! <<

## Brohl Wellpappe – Packaging & Display

Das Familienunternehmen Brohl Wellpappe wird in der siebten Generation geleitet und ist ein mittelständischer Hersteller von hochwertigen Verpackungen und Displays aus Well- und Vollpappe. An sieben Standorten bietet Brohl Wellpappe ein breites Produkt- und Dienstleistungsspektrum an, welches neben Verpackungs- sowie Display-Design, Grafikdesign und der Reprographie die Wellpappenerzeugung und -verarbeitung bis hin zu Logistkdienstleistungen wie Lagerung, Konfektionierung, Co-Packing und Transport beinhaltet.