



PEPSICO



PUNICA



Neu-Isenburg, März 2011

PRESSEMITTEILUNG

Lipton – überragender Absatz mit erfrischenden Innovationen

Neu-Isenburg, März 2011 – Neue Ideen und erfrischende Konzepte bei Lipton treiben auch dieses Jahr den Markt der alkoholfreien Getränke an. Bei Lipton steht der Erfolg weiterhin unter dem Motto „No Sugar“ und wird durch umfangreiche Marketingaktivitäten unterstützt. Darüber hinaus gibt es 2011 eine prickelnde Überraschung: Mit der Einführung von zwei neuen Geschmacksrichtungen des Kultgetränks „Lipton Sparkling Classic“ ist der anhaltende Erfolg der kleinen Dose bereits heute garantiert.

„Lipton No Sugar“ – ohne Zucker auf Erfolgskurs

Vergangenes Jahr konnte „Lipton No Sugar“ mit einem sensationellen Start glänzen und den an Lipton verliehenen Titel „Topmarke 2010“ mehr als gerecht werden. Direkt nach der Produktneueinführung im März 2010 startete die zuckerfreie Variante der Geschmacksrichtungen Peach und Lemon durch. Bis Ende des Jahres konnten sie das stärkste Wachstum (+8,2 Mio. Liter) in der gesamten Light-Kategorie vorweisen. Dieser Erfolgskurs soll auch 2011 fortgesetzt werden. Mit TV-Unterstützung und einer nationalen Verkostungsaktion in Supermärkten steht „Lipton No Sugar“ auch dieses Jahr im Fokus der Konsumenten.

Eine kleine Dose kommt groß raus – „Sparkling“ geht in die Offensive



Im Jahr 2010 ging „Lipton Sparkling Classic“ als absoluter Gewinner des insgesamt wachsenden kohlenensäurehaltigen Eisteesegments hervor. Mit einem Absatzwachstum von knapp 80 % bei gleichzeitiger Marktführerschaft in der Kategorie und einer wachsenden Käuferreichweite lieferte das Produkt in der Vergangenheit fantastische Ergebnisse. Dieser Erfolg wird auch 2011 fortgeführt.

Hochaufgelöstes Bildmaterial gibt es auf der „Image-Datenbank“ unter: <http://lipton-images.com/>

Neue Sortenvielfalt für noch mehr Prickeln

Im Januar 2011 erweiterte „Lipton Sparkling“ sein Portfolio mit der Einführung von zwei neuen Geschmacksrichtungen. Die spritzige Erfrischung ist nun auch in den Sorten „Peach“ und „Citrus“ erhältlich. Dies ist eine Erfolg versprechende Wahl, denkt man an die beiden Spitzenreiter im stillen Eisteesegment. Hier bilden die Sorten „Peach“ und „Lemon“ bereits nahezu 70 % des Gesamtabsatzes. Auch der Geschmackstest bestätigte das Potenzial der beiden neuen Varianten. Laut Konsumenten stehen die neuen fruchtigen Geschmacksrichtungen den bisher so beliebten Klassikern in keiner Weise nach.

Robert Sadjak, Group Marketing Manager, Tel.: 06102 - 74 94 43 — **Michele Maier**, Events und PR, Tel.: 06102 - 74 97 20

PepsiCo Deutschland GmbH · Frankfurter Strasse 190A · 63263 Neu-Isenburg
Fon +49 (0) 6102.749 -0 · Fax +49 (0) 6102.749 -200 · www.pepsico.de

PRESSEINFORMATION