



Nach erfolgreichem ersten Halbjahr – CINZANO Asti rüstet sich für das Jahresendgeschäft

Oberhaching, September 2012. Nicht nur der Handel bereitet sich auf das Weihnachtsgeschäft vor. Auch die italienische Sparkling Wine-Marke CINZANO Asti aus dem Hause CAMPARI rüstet sich für einen starken Endspurt 2012. Die Saison rund um die Festtage ist traditionell die wichtigste Zeit für die Schaumweinbranche. Nach einer gelungenen Performance im Jahr 2011 konnte CINZANO Asti bereits in der ersten Jahreshälfte 2012 seine Spitzenposition innerhalb der jungen Zielgruppe weiter ausbauen. Tendenz steigend!

Seit vielen Jahren gehört der italienische CINZANO Asti zu den beliebtesten Sparkling Wines Deutschlands. Mit seinem einzigartigen Geschmack konnte sich das Produkt aus dem Hause CAMPARI erfolgreich auf dem Markt behaupten. Vor allem bei der Zielgruppe der unter 29-Jährigen beliebt, legte die Marke im ersten Halbjahr 2012 bereits kräftig zu und konnte so seine Position gegenüber den Wettbewerbern behaupten, wie eine aktuelle GfK-Studie beweist.

Während andere Asti Eigenmarken in Deutschland im letzten Jahr vermehrt rückläufige Verkaufszahlen vermelden mussten, hat es CINZANO Asti geschafft seine Konsumenten mit stimmigen Kommunikationsmaßnahmen, eingebettet in digitale Umfeld, eng an die Marke zu binden. So schreibt CINZANO Asti z.B. im sozialen Netzwerk Facebook eine echte Erfolgsgeschichte. Mit einem überwältigenden Zuspruch und einer durchweg hohen Fanaktivität durchbrach die Marke zuletzt im August die 300.000-Fanmarke und liegt damit weit vor der Konkurrenz. Im Fokus der Facebook-Aktivitäten von CINZANO Asti stehen dabei die Vorlieben der jungen weiblichen Konsumenten: das Zusammensein mit den besten Freundinnen und „der perfekte Mädelsabend“. Ein weiteres Element der digitalen Markenkommunikation ist die CIN, CIN Moments Mobile App, die als erste Smartphone App im Schaumweinsegment bereits im März 2012 gelauncht wurde.

Als weiteres Novum setzte CINZANO Asti mit Beginn dieses Jahres erstmalig auf die Unterstützung einer prominenten Markenbotschafterin. Mit der TV-Moderatorin Johanna Klum wurde ein bekanntes, frisches Gesicht gefunden. Die 32-Jährige Berlinerin repräsentiert die Marke jugendlich charmant und ist durch ihre sympathische Ausstrahlung eine Identifikationsfigur für alle „CINZANO Asti-Girls“ – online und offline.

Zum anstehenden Jahresendgeschäft wartet CINZANO Asti nun mit weiteren fruchtig-frischen Aktionen und Kommunikationsmaßnahmen auf und richtet den Blick voller Vorfreude auf das kommende Jahr. Cin, Cin...



Über CINZANO Asti

Bis heute ist CINZANO Asti dem ursprünglichen hohen Anspruch an Qualität und seiner traditionellen Herstellungsverfahren treu geblieben und überzeugt durch den bezeichnenden fruchtig-frischen Geschmack. Seit 1994 trägt der italienische Sparkling Wine das Prädikat D.O.C.G. – Denominazione di Origine Controllata e Garantita - das 1993 von der italienischen Regierung und dem Consorzio dell'Asti eingeführt wurde. Es garantiert laufende Kontrollen und damit dauerhafte Erhaltung der besonderen Qualität von CINZANO Asti.

Weitere Informationen zu CINZANO Asti finden Sie auch unter www.cinzano.de sowie auf der Fanpage von CINZANO Asti unter www.facebook.com/CINZANO.Asti.

Abdruck honorarfrei. Belegexemplar erbeten.

Pressekontakt:

RPM – revolutions per minute
Katharina Jacobs
In der Lokfabrik
Chausseestr. 8E
10115 Berlin
Tel.: +49 30 4000 66 60
Fax: +49 30 4000 66 66
E-Mail: katharina.jacobs@rpm-berlin.com

Campari Deutschland GmbH
Heiko J. Fabian
Bajuwarenring 1
82041 Oberhaching
Tel.: +49 89 210 37 – 0
Fax: +49 89 210 37 – 190
E-Mail: heiko.fabian@campari.com
www.campari-deutschland.de

Über die Gruppo Campari

Davide Campari-Milano S.p.A., zusammen mit seinen Tochtergesellschaften („Gruppo Campari“), zählt weltweit zu den bedeutendsten Unternehmen im Spirituosensektor, vertreten in über 190 Märkten mit einer führenden Position im italienischen und brasilianischen Markt und starker Präsenz in den USA und Mitteleuropa. Die Gruppe besitzt ein umfangreiches Portfolio, das drei Segmente umfasst: Spirituosen, Weine und alkoholfreie Getränke. Das Spirituosen-Portfolio der Campari-Gruppe setzt sich zusammen aus starken internationalen Marken wie Campari, Carolans, SKYY Vodka und Wild Turkey. Ergänzt wird dieses durch führende regionale Marken wie Aperol, Cabo Wabo, Campari Soda, Cynar, Frangelico, Glen Grant, Ouzo 12, X-Rated Fusion Liqueur und Zedda Piras sowie den lokalen brasilianischen Marken Dreher, Old Eight und Drury's. Das Wein-Segment besteht aus dem weltweit bekannten Cinzano, Liebfraumilch, Mondoro, Odessa, Riccadonna, Sella & Mosca und Teruzzi & Puthod – allesamt geachtete Weine in ihrer Kategorie. Das alkoholfreie Portfolio umfasst Marken wie Crodino, Lemonsoda und dessen Line Extensions, die im italienischen Markt eine dominierende Marktposition besitzen. Die Gruppe beschäftigt über 2.300 Mitarbeiter. Die Aktien des Mutterunternehmens Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI – Bloomberg CPR IM) sind an der Mailänder Börse notiert. www.campargroup.com