



Dextro Energy GmbH & Co. KG · Otto-Hahn-Str. 4 · 40670 Meerbusch

Dextro Energy GmbH & Co. KG

Otto-Hahn-Str. 4  
40670 Meerbusch

Tel. +49 (0) 2151 / 52 27-0  
Fax +49 (0) 2151 / 52 27-382

## PRESSEINFORMATION

### **Erfolgsrezept Wachsen durch Innovation: Dextro Energy behält in 2013 den Fokus auf „Mintz“ bei und erweitert das Sports Nutrition Sortiment um vier neue Produkte (Halle 10.2, Gang F, Nr. 36)**

Meerbusch, im Januar 2013. Dextrose und belebende Minze sorgten 2012 bei Dextro Energy für Energie – der Dextrose-Marktführer eröffnete mit „Mintz“ erfolgreich die Kategorie Pfefferminzbonbons. Auch in 2013 setzt Dextro Energy auf die Innovation im Bereich der aktivierenden Munderfrischung und führt die umfangreiche „Mintz“-Kommunikationskampagne fort. Neuheiten präsentiert der Energie-Experte mit der Sports Nutrition: Auf der ISM 2013 geht Dextro Energy mit drei Neuprodukten in die Gel-Offensive und stellt dort zusätzlich das neue intelligente Nahrungsergänzungsmittel „Nutricomplex Direct“ vor. Der Ausbau des internationalen Geschäfts, die Weiterentwicklung der Marktposition und Öffnung der Marke in Richtung Alltagsverwendung sollen in 2013 für weiteres Wachstum sorgen. Promotions und Aktionsartikel unterstützen diese Strategie. Analog dazu sind folgende Maßnahmen geplant:

#### **2013 steht „Mintz“ weiterhin im Kommunikationsfokus**

Mit „Mintz“ hat Dextro Energy in 2012 erfolgreich die Kategorie der Pfefferminzbonbons erschlossen. Über einen schnellen Leistungsaufbau verbunden mit guten Platzierungen



insbesondere im Kassenbereich wurden hier die stärksten Umsatzzuwächse des vergangenen Jahres erzielt. Der Launch des Impulsartikels wurde von einer intensiven und breit angelegten Kommunikationskampagne – einem eigenen TV-Spot, Online-Marketing als

Verlängerung der TV-Werbung, einer „Word of Mouth“-Kampagne, Produkt-PR und aufmerksamkeitsstarken PoS-Maßnahmen – unterstützt. 2013 wird die Unterstützung



fortgesetzt und die weitere Etablierung von „Mintz“ im Fokus stehen. Das gilt für das Inland wie auch für das internationale Geschäft – dieses soll verstärkt ausgebaut werden.

### **Für goldenen Abverkauf: goldwerte Sofortgewinne-Aktion von Dextro Energy**

In 2013 unterstützt und aktiviert Dextro Energy die 3er-Packs mit einer Impuls- und Zusatzverkauf forcierenden nationalen Promotion: der „Hol Dir Gold“-Aktion. Verbraucher



haben mit jedem Kauf eines 3er-Packs der Sorten Classic, Calcium, Cranberry, Magnesium, Multivitamin und Zitrone von Dextro Energy ab sofort die Chance, Goldbarren\* im Wert von je 500 € (\*Gewicht und Größe der Goldbarren sind abhängig vom aktuellen Tagespreis) zu gewinnen. In 111 der 3er-Packs befinden sich die Gewinncodes, welche mit einem goldfarbenen Aufkleber auf einem der enthaltenen Einzeltäfelchen angebracht sind. Die 3er-Packs mit der aufmerksamkeitsstarken Packungsgestaltung sind im Regal

und auf Zweitplatzierungen zu finden. Die Aktion wird durch Topplakate, Social Media und Internet unterstützt. Der Teilnahmeschluss für die Goldfieber-Promotion ist der 31.12.2013. Ein 3er-Pack (138 g) ist für eine unverbindliche LVP-Empfehlung von 1,89 € erhältlich.

### **Dextrosio Famosio zaubert Spaß in die Kinderwelt**

Auch Kinder können sich 2013 auf eine Neuheit von Dextro Energy freuen: auf den Zauberer



„Dextrosio Famosio“ und dessen neue Rezeptur mit Brauseeffekt und Vitaminen. Nach dem großen Erfolg von „Dextrosio Famosio“ in Österreich in 2012 kommt der verspielt prickelnde Artikel mit Vitaminen in 2013 auch an den deutschen PoS. Der „Zauberstoff“ ist in den zwei Sorten Hexhex

Himbeere (mit 10 Vitaminen) und Simsala Kirsche (plus Vitamin C) erhältlich. Eine „Dextrosio Famosio“-Packung (50 g) ist für eine unverbindliche LVP-Empfehlung von 0,89 € erhältlich.

### **Sports Nutrition bietet Gel-Offensive und intelligentes Nahrungsergänzungsmittel**

In 2012 profitierte die Sports Nutrition von der Schlagkraft des eigens aufgebauten Sportvertriebs und konnte die Position als idealer Sporternährungsexperte für den

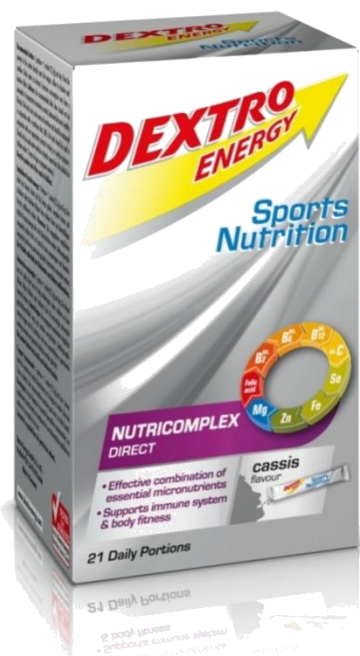


Ausdauersportler weiter ausbauen. Der Außendienst, der vorwiegend im Sportfachhandel tätig ist und dort mit hoher Beratungskompetenz zielgerichtet Distribution aufbaut, erhielt viel Bestätigung vom Handel. 2013 hat der Außendienst wieder einige Neuprodukte im Gepäck, um den eingeschlagenen Weg konsequent fortzuführen: Der Pionier des Liquid Gels geht mit Cola, Apfel und Espresso in die Gel-Offensive und bietet mit dem neuen Nahrungsergänzungsmittel Nutricomplex Direct mehr als nur Vitamine.



Das erfolgreiche Kohlenhydratkonzentrat „Dextro Energy Liquid Gel“ präsentiert ab Januar 2013 mit den neuen Varianten Cola, Apple und Espresso (+ Coffein) noch mehr Geschmack für noch mehr Leistung. Cola besticht durch seinen fruchtig-herben und erfrischenden Cola-Geschmack, Apple schmeckt nach spritzig-frischem grünen Apfel und Espresso (+ Coffein) überzeugt durch seinen aromatisch-herben, vollmundigen dunklen Kaffee-Geschmack.

Während des Sports und gerade unter extremen Belastungen ist das „Dextro Energy Liquid Gel“ leicht trinkbar und durch den wiederverschließbaren Drehverschluss praktisch in der Anwendung. Die neuen „Liquid Gels“ (1 Beutel à 60 ml, 113 kcal) gibt es ab Januar 2013 für eine unverbindliche LVP-Empfehlung von 1,99 €.



Um das eigene Leistungspotenzial im Sport abrufen zu können, bietet Dextro Energy Sports Nutrition ambitionierten Leistungssportlern ab Januar 2013 das neue „Nutricomplex Direct“. Es unterstützt das Immunsystem und die allgemeine Body Fitness, stärkt die Leistungsfähigkeit und hilft, Müdigkeit und Erschöpfung vorzubeugen.

Das neue Produkt enthält eine ausgeklügelte Kombination aus Vitaminen, Mineral- und Spurenelementen. Damit ist die Basis gegeben, dass die zugeführte Menge der jeweiligen Inhaltsstoffe



auch in möglichst hohem Anteil vom Körper absorbiert werden kann.

„Nutricomplex Direct“ wird als vordosiertes Pulver in der Geschmacksrichtung Cassis angeboten – für die praktische Direkteinnahme ohne Wasser. „Nutricomplex Direct“ ist in einer Box mit 21 Sachets für einen UVP von 8,99 € erhältlich – damit wird ein Drei-Wochen-Bedarf gedeckt. „Nutricomplex Direct“ wird am besten täglich in Zeiten intensiver sportlicher Aktivität eingenommen.

### **Fortsetzung des Sponsorings der Triathlon-Weltmeisterschaftsserie**

Zur Launch- und Verkaufsunterstützung, zur Erschließung neuer Märkte und internationalen Verbreitung der Dextro-Energy-Markenbotschaft war das Hauptsponsoring der Triathlon-Weltmeisterschaftsserie für Dextro Energy in 2012 wieder unverzichtbar. Und auch in 2013 engagiert sich Dextro Energy zum fünften Mal in Folge als Hauptsponsor. Die Zahlen geben diesem Engagement recht: Triathlon begeistert Jahr für Jahr mehr Menschen; so überstieg die Sendedauer der Serie in 2012 die Sendedauer des Vorjahres um 25 % und erreichte bereits nach sieben Events 740 Sendestunden weltweit.

In 2013 findet der Auftakt der Serie am 06./07. April 2013 in Auckland statt. Die nächste Station ist San Diego (20./21. April), es folgen Yokohama (11./12. Mai), Madrid (01./02. Juni) und Kitzbühel (06./07. Juli), dann der weltgrößte Triathlon in Hamburg (20./21. Juli). Danach geht es nach Stockholm (24./25. August). Und im September findet das große Finale in London statt (11./16. September).

Zusätzlich zum Weltmeisterschaftsserie-Engagement ist der Energie-Experte auch in 2013 bei über 200 regionalen Ausdauersportevents als Ernährungspartner präsent. Dort möchte Dextro Energy den 1:1-Dialog mit den Sportlern fördern. Außerdem übt das Unternehmen weiterhin ein gezieltes Team- und Athletensponsoring aus. Maik Petzold bleibt Brand Ambassador von Dextro Energy.

### **Dextro Energy weiter Nr. 1 im deutschen Dextrosemarkt und stark im Export**

Dextro Energy blickt zufrieden auf 2012 und ist mit einem Marktanteil von deutlich über 50 % nach wie vor die Nr. 1 im deutschen Dextrosemarkt. Der Export wächst stabil und die weltweiten Geschäftsaktivitäten in derzeit 23 Ländern nehmen kontinuierlich zu. Chile ist als



jüngster Markt hinzugekommen und entwickelt sich positiv. Besonderheit hier ist, dass dieser Markt ausschließlich über die Dextro Energy Sports Nutrition erschlossen wird. Gleiches gilt auch für Australien und Neuseeland, die sich bereits seit zwei Jahren erfolgreich im Marktportfolio etablieren. Der am stärksten wachsende Auslandsmarkt ist Hongkong – hier konnte Dextro Energy in 2012 ein Wachstum im zweistelligen Bereich verzeichnen.

Weitere Informationen rund um Dextro Energy unter [www.dextro-energy.com](http://www.dextro-energy.com).

+++ Die Dextro Energy GmbH & Co. KG ist ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Krefeld und ist seit 2005 eine selbstständige Tochter der Zertus GmbH. Die Dextro Energy GmbH & Co. KG ist Weltmarktführer im Dextrosemarkt. Seit Generationen ist Dextro Energy das Synonym für Traubenzucker. Die Marke etablierte sich nach der Markteinführung vor 75 Jahren als Dextro Energen. Bereits im Jahr 2002 bereitete sich die Marke mit dem neuen Namen Dextro Energy auf eine stärkere Internationalisierung vor. In 2010 wurde die Dextro Energy Sports Nutrition eingeführt. In 2012 brachte Dextro Energy das erste Pfefferminzbonbon mit Energie – Dextro Energy Mintz – auf den Markt. +++

+++ Pressekontakt | 4PR Consulting GmbH | Frau Katharina Hoffmann | Telefon 02132 969000 | Telefax 02132 9681247 |  
Katharina.Hoffmann@4prconsulting.de | [www.4prconsulting.de](http://www.4prconsulting.de) +++