

Pressemitteilung

02/2017

Rosenheim, 17. März 2017

Auf einen Klick: TRi TOP bekommt neuen Flaschenverschluss

Drinkstar GmbH investiert weiter in die Kult-Sirup-Marke TRi TOP. In dem dynamischen Marktumfeld wächst TRi TOP zweistellig.

Der Rosenheimer Getränkespezialist DrinkStar legt Hand an seine Sirup-Marke TRi TOP und verpasst den Flaschen einen neuen Deckel: Statt geschraubt wird nun geklappt. Der Klippverschluss mit der unverwechselbaren Rillenform wurde eigens für TRi TOP entwickelt. Damit lässt sich nun sowohl die Flasche bequemer öffnen und schließen, als auch der Sirup ohne zu tropfen leicht und sauber dosieren.

Im Handel lassen eine Million Flaschenanhänger auf den neuen praktischen Klippverschluss aufmerksam. Auf den Werbe-Leporellos finden die Verbraucher eine kurze Bedienungsanleitung zur neuen Verschlusskappe sowie Rezeptempfehlungen zu den vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten des Kultsirups. Denn TRi TOP eignet sich nicht nur zum Aufpeppen von Wasser, sondern auch zum Mixen von Cocktails oder als Backzutat. TRi TOP Sirupe schmecken als Getränk besonders erfrischend, wenn diese mit aufgesprudelmtem Wasser gemischt werden.

DrinkStar-Geschäftsführer Roland Bittermann zeigt sich mit der Entwicklung von TRi TOP sehr zufrieden: „Seit der Akquisition der Marke Ende 2009 haben sich die Umsätze nahezu verdoppelt. Wir ruhen uns auf den bisherigen Erfolgen aber nicht aus und arbeiten ständig an Verbesserungen, damit die Verbraucher unsere Produkte noch mehr wertschätzen. Der innovative Convenience-Verschluss und die aktuelle TV-Werbekampagne werden hierzu einen wichtigen Beitrag leisten.“

Allein im vorigen Jahr stieg der Absatz der DrinkStar-Marke um satte + 16,7 Prozent*. Das Sirup-Original, welches vor genau 50 Jahren erstmals in den Handel

kam, konnte damit seine Position in einem dynamischen Marktumfeld weiter ausbauen. TRi TOP ist die bekannteste Sirupmarke mit einem Bekanntheitsgrad von 72 %**.

Viele kennen TRi TOP noch aus ihrer Jugend der 1970er Jahre. Nun will DrinkStar verstärkt auch jüngere Zielgruppen für das bunte Sirup-Sortiment mit seinen 13 Geschmacksrichtungen begeistern. Zum Jahresanfang sorgte die Kultmarke daher bereits für ordentlich Gesprächsstoff: Nach 40 Jahren Werbe-Abstinenz feierte TRi TOP sein mediales Comeback mit einer hochfrequenten TV-Spot-Kampagne.

* Quelle: IRI Handelspanel, Umsatz 2016 vs. 2015

** Quelle: Initiative Markenmonitor, Februar 2017

Fotos: Copyright DrinkStar, Abdruck honorarfrei.

Weitere Informationen:

DrinkStar GmbH

Ursula Franzen

Äußere Oberastr. 36/5

83026 Rosenheim

Deutschland

Tel. ++49 8031-2434-22

ursula.franzen@drinkstar.de

Hintergrundinformationen zur Marke TRi TOP:

Die meisten der heute über 30-jährigen werden sich erinnern: TRi TOP war das Kindheitsgetränk schlechthin – bevor fertige Limonaden und Cola in die Haushalte Einzug hielten. Denn bereits 1967 wurden die ersten drei Sorten TRi TOP in Deutschland eingeführt.

Die knallig-bunten Sirupe in den kultigen Flaschen, deren Form an eine Lavalampe erinnert, machen TRi TOP zum echten Hingucker im Getränkeregale und sorgen für die hohe Wiedererkennung. Lange Zeit in Glasflaschen abgefüllt, ist TRi TOP heute in bruchsicheren PET-Flaschen erhältlich. Die einzigartige Flaschenform mit weißem Rillen-Verschluss hat sich jedoch durchgesetzt und sorgt bis heute für den unverwechselbaren Markenauftritt.

Der große Vorteil von TRi TOP: es ist vielfältig und abwechslungsreich verwendbar. Je nach Geschmack des Verbrauchers kann TRi TOP mit Sprudlersystemen, Mineral- oder auch Trinkwasser zubereitet werden.

Darüber hinaus lassen sich Cocktails, Milchshakes, Kuchen, Süßspeisen und Desserts ganz individuell verfeinern. So kommt die gesamte Familie in den Genuss der fruchtig-bunten Sirupe. Rezepte unter www.tritop.de.

Die mittlerweile beachtliche Vielfalt von 13 Stammsorten – Beere-Mix, Himbeere, Holunderblüte, Kirsche, Limette-Minze, Orange-Mandarine, Pfirsich-Maracuja, Pink Grapefruit, Schwarze Johannisbeere, Tropical, Wald-Erdbeere, Waldmeister und Zitrone-Limette – bietet für jeden Geschmack das Richtige. Ein Konzept, das ankommt. Denn Verbraucherbefragungen ergeben: TRi TOP ist das Sirup-Original und die bekannteste Marke unter den Sirupen*.

Seit Ende 2009 gehört TRi TOP zur DrinkStar GmbH, die zielsicher die veränderten Verbraucherwünsche aufnimmt und in neuen Geschmacksrichtungen umsetzt. Auch dem Verbraucherwunsch nach kalorienreduzierten Lebensmitteln wird mit den Rezepturen, die eine Mischung aus Zucker und Süßstoffen beinhalten, konsequent Rechnung getragen. TRi TOP ist zuckerreduziert und somit zur Zubereitung eines kalorienarmen Erfrischungsgetränkes geeignet. Der durchschnittliche Kaloriengehalt in 100 ml des gemixten Getränkes liegt je nach Sorte zwischen 10 und 18 kcal beim empfohlenen Mischungsverhältnis von 1 Teil TRi TOP zu 7 Teilen Wasser. Je nach gewünschter Geschmacksintensität und Süßegrad kann dies individuell bestimmt werden.

*Quelle: Initiative Markenmonitor, Februar 2017

Über DrinkStar GmbH, das Unternehmen hinter TRi TOP:

Der Rosenheimer Getränkespezialist DrinkStar GmbH ist Tochter der Symrise AG, Holzminden, und agiert als eigenständige Handelsgesellschaft vorrangig in Zentral- und Osteuropa mit zwei sich ergänzenden Unternehmensschwerpunkten in der alkoholfreien Getränkeindustrie. Je nach Absatzmarkt vergibt DrinkStar entweder Lizenzen oder bietet einen eigenen Vertrieb für die Getränkemarken DEIT, FRUCADE, GRÖBI, TRi TOP sowie für SPEZI (in Einwegpackungen) und stellt dazu Konzentrate für die Abfüllung sowie die kompletten Marketing- und Werbekonzepte für die vielfach marktführenden Produkte zur Verfügung.

Darüber hinaus bietet DrinkStar als eingesetzter Vertrags-
händler und Servicedienstleister von VELCORIN mit
diesem Kaltentkeimungsmittel ein Anwendungsverfahren
an, die Qualität von mikro-biologisch sensitiven
Getränken zu sichern. DrinkStar ist in 37 Ländern
erfolgreich tätig und arbeitet mit über 40 engagierten
Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ca. 500 zufriedene
Kunden.

Die Muttergesellschaft Symrise AG ist ein globaler
Anbieter von Duft- und Geschmackstoffen, kosmetischen
Grund- und Wirkstoffen sowie funktionalen Inhaltsstoffen.
Zu den Kunden gehören Parfum-, Kosmetik-,
Lebensmittel- und Getränkehersteller, die
pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von
Nahrungsergänzungsmitteln und Heimtiernahrung. Als im
M-Dax gelistete Aktiengesellschaft gehört das
Unternehmen zu den Top 3 im globalen Markt der Düfte
und Aromen. Der Konzern mit Sitz in Holzminden ist in
mehr als 40 Ländern in Europa, Afrika und dem Nahen
sowie Mittleren Osten, in Asien, den USA sowie in
Lateinamerika vertreten.