

06.04.2021 - 15:48 Uhr

PepsiCo launcht Rockstar Energy + HEMP: Die Weltneuheit für Shopper und Handel - zuerst in Deutschland



Neu-Isenburg (ots) -

- Deutschland ist der erste Markt weltweit, der die neuen Sorten launcht
- Rockstar Energy + HEMP kommt ab April mit 3 Sorten auf den Markt
- Rockstar Energy will so die Marktführerschaft im Flavored-Energy-Segment weiter ausbauen

Ab April dürfen sich in Deutschland Shopper und Handel auf einen neuen Energy Drink von Rockstar freuen. Der Top-3-Player im Energy Segment bringt einen Energy Drink mit Hanfsamenextrakt in den Handel: Rockstar Energy + HEMP. Deutschland ist damit der erste Markt weltweit, in dem PepsiCo, der zweitgrößte Nahrungsmittelkonzern der Welt, dieses innovative Produkt launcht. Mit einem überragenden Kategorie-Wachstum von 58 Prozent(1) zum Vorjahr sind Hanf-Produkte der Trend des Jahres 2021 im FMCG-Bereich. Bereits 4,3 Millionen(2) Haushalte haben schon einmal ein Hanf-Produkt gekauft. Mit Energy + HEMP erweitert Rockstar - seit 2020 zugehörig zum zweitgrößten Nahrungsmittelkonzern der Welt PepsiCo - jetzt sein Energy Portfolio um drei Sorten mit der Trendzutat "Hanfsamenextrakt". Rockstar Energy + HEMP erscheint in den Geschmackssorten "Original", "Tropical Burst" und "Prickly Cactus". Die neuen Wachmacher sorgen für einen intensiven Frischekick mit dem ausbalancierten Mix aus Koffein, Guarana und Taurin getoppt durch einen intensiven HEMP Geschmack.

"Mit 14 Prozent Wachstum(3), 1,5 Milliarden Euro Umsatz für knapp 600 Millionen getrunkenen Litern, sind Energy Drinks der Wachstumstreiber für den Markt alkoholfreier Getränke. Unsere Marke Rockstar ist hier Marktführer im Flavor-Segment mit einem Marktanteil von 35 Prozent(4)", sagt Isabel Teves, Commercial Director Beverages D/A/CH bei PepsiCo. "60% des Wachstums im Energy Drink Segment werden getrieben durch Innovationen. Hier ist Rockstar mit Neuentwicklungen wie XD-Power - die Innovation wurde 2020 im Energy Drink Segment gelauncht - führend. Deshalb ist klar für uns, dass wir uns auch in Zukunft über starke Innovationen positionieren werden. Auf diese Weise wird der Energy-Markt insgesamt vergrößert. Dass wir das schaffen können und das Vertrauen des global Players PepsiCo im Rücken haben, beweist die Tatsache, dass wir der erste PepsiCo Markt

weltweit sind, der Rockstar Energy + HEMP launcht. PepsiCo DACH ist - als zweitgrößter Rockstar-Markt - ein klarer Wachstumsmarkt für die Marke, die für 3,85 Milliarden Dollar letztes Jahr in den Konzern integriert wurde."

Auch durch das integrierte Aktivierungspaket dürfte Rockstar Energy + HEMP durchstarten: Neben einer reichweitenstarken TV-Kampagne, die über sechs Wochen in der Primetime läuft, launcht Rockstar eine umfangreiche Digitalkampagne auf allen relevanten Social-Media-Plattformen, wie Facebook, Instagram, Spotify und Snapchat. Zudem wird die neue Sorte Energy + HEMP auch mit aufmerksamkeitsstarken Zweitplatzierungen am POS präsent sein, um Impulskäufe zu generieren. Die Maßnahmen werden mit Paid PR in Form von Mediapaketen und Influencer-Kooperationen abgerundet.

Die neue Kampagne startet mit einem 15-Sekunden-TV-Spot, der eine Rapperin zeigt, die ihr Leben zur eigenen Bühne macht. Von den provisorischen Aufnahmestudios bis hin zu den endlosen Stunden des Produzierens - diese Macherin hat den Mut und die Entschlossenheit, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Mit der Hilfe von Rockstar Energy + HEMP entfacht sich ihr Antrieb, alles zu erreichen, was sie möchte.

Die neue Range ist zudem ein echter Hingucker: Die Dosen sind in einem aufmerksamkeitsstarken Goldton gehalten. Das Produkt ist ab April 2021 im gesamten Lebensmitteleinzelhandel, bei Discontnern sowie an Tankstellen und im Convenience & Gas Segment im 500ml Gebinde für 1,69 Euro (UVP) erhältlich. Weitere Informationen gibt es online unter www.rockstarenergydrink.de, www.facebook.com/rockstarenergygermany/.

(1) GfK, Argumente Händlergespräche

(2) GfK, Argumente Händlergespräche

(3) Nielsen, AFG vs. Energy, YTD September 2020 vs Vj, YTD September 2019 vs VJ

(4) Nielsen, Umsatzanteile FY 2020, Absatz in LEH+DM+TS

Über Rockstar

Energy Rockstar wurde 2001 gegründet und vertreibt über 20 Rockstar Energy-Produkte, die in mehr als 30 Ländern weltweit in Convenience- und Lebensmittelgeschäften erhältlich sind. Zudem bietet Rockstar einen kühnen, erfrischenden Energieschub innerhalb einer großen Varietät an Geschmacksrichtungen. PepsiCo übernahm Rockstar, den Marktführer für Flavored Energy-Drinks, im März 2020.

Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren. PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein - durch "Winning with Purpose". "Winning with Purpose" steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com und www.pepsico.de.

Pressekontakt:

Adriana Cerami
Lead Corporate Communications D/A/CH
PepsiCo Deutschland GmbH
Hugenottenallee 173
63263 Neu-Isenburg
Telefon: +49 152 546 169 80
E-Mail: adriana.cerami@pepsico.com

Medieninhalte



"Mit 14 Prozent Wachstum, 1,5 Milliarden Euro Umsatz für knapp 600 Millionen getrunkenen Litern, sind Energy Drinks der Wachstumstreiber für den Markt alkoholfreier Getränke. Unsere Marke Rockstar ist hier Marktführer im Flavor-Segment mit einem Marktanteil von 35 Prozent", sagt Isabel Teves, Commercial Director Beverages D/A/CH bei PepsiCo. "60% des Wachstums im Energy Drink Segment werden getrieben durch Innovationen. Hier ist Rockstar mit Neuentwicklungen wie XD-Power - die Innovation wurde 2020 im Energy Drink Segment gelauncht - führend. Deshalb ist klar für uns, dass wir uns auch in Zukunft über starke Innovationen positionieren werden. Auf diese Weise wird der Energy-Markt insgesamt vergrößert. Dass wir das schaffen können und das Vertrauen des global Players PepsiCo im Rücken haben, beweist die Tatsache, dass wir der erste PepsiCo Markt weltweit sind, der Rockstar Energy + HEMP launcht. PepsiCo DACH ist - als zweitgrößter Rockstar-Markt - ein klarer Wachstumsmarkt für die Marke, die für 3,85 Milliarden Dollar letztes Jahr in den Konzern integriert wurde." / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



"Mit 14 Prozent Wachstum, 1,5 Milliarden Euro Umsatz für knapp 600 Millionen getrunkenen Litern, sind Energy Drinks der Wachstumstreiber für den Markt alkoholfreier Getränke. Unsere Marke Rockstar ist hier Marktführer im Flavor-Segment mit einem Marktanteil von 35 Prozent", sagt Isabel Teves, Commercial Director Beverages D/A/CH bei PepsiCo. "60% des Wachstums im Energy Drink Segment werden getrieben durch Innovationen. Hier ist Rockstar mit Neuentwicklungen wie XD-Power - die Innovation wurde 2020 im Energy Drink Segment gelauncht - führend. Deshalb ist klar für uns, dass wir uns auch in Zukunft über starke Innovationen positionieren werden. Auf diese Weise wird der Energy-Markt insgesamt vergrößert. Dass wir das schaffen können und das Vertrauen des global Players PepsiCo im Rücken haben, beweist die Tatsache, dass wir der erste PepsiCo Markt weltweit sind, der Rockstar Energy + HEMP launcht. PepsiCo DACH ist - als zweitgrößter Rockstar-Markt - ein klarer Wachstumsmarkt für die Marke, die für 3,85 Milliarden Dollar letztes Jahr in den Konzern integriert wurde." / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



"Mit 14 Prozent Wachstum, 1,5 Milliarden Euro Umsatz für knapp 600 Millionen getrunkenen Litern, sind Energy Drinks der Wachstumstreiber für den Markt alkoholfreier Getränke. Unsere Marke Rockstar ist hier Marktführer im Flavor-Segment mit einem Marktanteil von 35 Prozent", sagt Isabel Teves, Commercial Director Beverages D/A/CH bei PepsiCo. "60% des Wachstums im Energy Drink Segment werden getrieben durch Innovationen. Hier ist Rockstar mit Neuentwicklungen wie XD-Power - die Innovation wurde 2020 im Energy Drink Segment gelauncht - führend. Deshalb ist klar für uns, dass wir uns auch in Zukunft über starke Innovationen positionieren werden. Auf diese Weise wird der Energy-Markt insgesamt vergrößert. Dass wir das schaffen können und das Vertrauen des global Players PepsiCo im Rücken haben, beweist die Tatsache, dass wir der erste PepsiCo Markt weltweit sind, der Rockstar Energy + HEMP launcht. PepsiCo DACH ist - als zweitgrößter Rockstar-Markt - ein klarer Wachstumsmarkt für die Marke, die für 3,85 Milliarden Dollar letztes Jahr in den Konzern integriert wurde." / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



"Mit 14 Prozent Wachstum, 1,5 Milliarden Euro Umsatz für knapp 600 Millionen getrunkenen Litern, sind Energy Drinks der Wachstumstreiber für den Markt alkoholfreier Getränke. Unsere Marke Rockstar ist hier Marktführer im Flavor-Segment mit einem Marktanteil von 35 Prozent", sagt Isabel Teves, Commercial Director Beverages D/A/CH bei PepsiCo. "60% des Wachstums im Energy Drink Segment werden getrieben durch Innovationen. Hier ist Rockstar mit Neuentwicklungen wie XD-Power - die Innovation wurde 2020 im Energy Drink Segment gelauncht - führend. Deshalb ist klar für uns, dass wir uns auch in Zukunft über starke Innovationen positionieren werden. Auf diese Weise wird der Energy-Markt insgesamt vergrößert. Dass wir das schaffen können und das Vertrauen des global Players PepsiCo im Rücken haben, beweist die Tatsache, dass wir der erste PepsiCo Markt weltweit sind, der Rockstar Energy + HEMP launcht. PepsiCo DACH ist - als zweitgrößter Rockstar-Markt - ein klarer Wachstumsmarkt für die Marke, die für 3,85 Milliarden Dollar letztes Jahr in den Konzern integriert wurde." / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.