

## Marktmacher und unkompliziert: MiXery & Desperados

Der Markt für Cola-Biere wurde von MiXery gemacht. Als aber der Preiseinstieg (= Oettinger) immer stärker wurde und die nachwachsenden jungen Verwender immer weniger über die Marke wussten, wurde reagiert: MiXery konnte faktisch und emotional neu aufgeladen werden. Mit der Kampagne ‚Taste Tuned‘, einem neuen Auftritt und neuen Line Extensions machte das ‚X den Geschmack‘ und MiXery den Markt.

In einem ähnlichen Segment befindet sich auch die Marke Desperados. Als ‚tequila flavoured beer‘ ist die Marke unangefochtener, wertmäßiger Marktführer der internationalen Biere. Die Kombination

aus Bier (Entspannung) und Tequila (Rassigkeit) ist die Grundlage für die erfolgreiche Marktpositionierung und das ausgelöste ‚Desperados-Feeling‘ als Kopfkino bei den stärker hedonistisch geprägten jungen Erwachsenen mit Abenteuerdrang.



Eingesetzte Methoden: K&A Psychodrama®, K&A GAP-Image- und Positionierungsanalyse, eMOT®-Konzept- und Werbewirkungstest, K&A Kreative Gruppendiskussionen, K&A Resonator®