

Huxol: Süßstoffmarke erfindet sich neu

Marketing- und Vertriebsinitiative der LSH-Tochter Nutrisun gestartet.

Sucralose als zusätzlicher Wachstumstreiber. Design-Relaunch setzt Akzente.

Pink ist neuer Farbcode.

Unter dem Motto „Think Pink. Sweeten Up Your Business“ startet die Süßstoffmarke Huxol eine nationale und internationale Marketing- und Vertriebsinitiative. Verantwortlich dafür zeichnet Nutrisun, eine Tochtergesellschaft der Laurens Spethmann Holding (LSH), Europas drittgrößtem Teehandelsunternehmen. Den Anfang macht ein Markenrelaunch, mit dem Huxol künftig hochwertiger und aufmerksamkeitsstark präsentiert werden soll. Farbcode ist ein leuchtendes Pink. Es dominiert das neue frische Markendesign und unterstreicht die Wertigkeit der Produktpalette. „Mit der verbesserten Sichtbarkeit von Huxol im Handel und der Einführung eines Sucralose-Sortiments wollen wir das zuletzt überproportionale Wachstum unserer Süßstoffmarke Huxol weiter vorantreiben“, sagt Danny Gandert, Geschäftsfeldleiter bei der Nutrisun in Hittfeld bei Hamburg.

Marktwachstum durch Sortimentserweiterung

Huxol ist eine der wenigen Süßstoffmarken, die am Markt in den vergangenen Monaten ein Absatz- und Umsatzplus verzeichnen konnte. Neben dem neuen Markenauftritt wird Huxol sein Sortiment vergrößern und führt Huxol Sucralose ein. Sucralose bietet im Markt der Süßstoffe ein neues Geschmacksprofil: Es wird aus Zucker gewonnen, hat ein ähnliches Geschmacksprofil, ist aber kalorienfrei. Vor allem aber hat Sucralose das Potenzial, zusätzliche Umsätze und Erträge zu generieren – neben dem bei der klassischen Verwendungsgruppe beliebten Huxol Original und dem insbesondere bei jüngeren Konsumenten erfolgreich positionierten Huxol Stevia. Die Einführung von Stevia hat bereits zu einer spürbaren Belebung des Süßstoffmarktes geführt.



Neues Design mit einmaligem Farbcode

Schon optisch signalisiert Huxol einen neuen Aufbruch. „Der in der Warengruppe Süßstoffe bislang einmalige Farbcode steht für den größten Sprung im Erscheinungsbild von Huxol seit zwölf Jahren. Pink findet sich auf den Verpackungselementen Deckel, Verschlüsse und Spendertasten wieder“, erläutert Gandert. Hinzu kommen neues Logo, neue Typographie und neue Bildsprache. Der optisch rundum erneuerte Auftritt wird konsequent für Huxol Original, Huxol Stevia und Huxol Sucralose jeweils für Tabletten, Streu- und Flüssigsüße eingesetzt. Das Verpackungsdesign schafft Raum für Text-Botschaften mit hoher Relevanz für den Verbraucher, wie die Eigenschaften vegan oder glutenfrei.

Qualität und Kompetenz aus Tradition

Das innovative Huxol-Sortiment bietet mit seinen vielfältigen Geschmacksprofilen eine zeitgemäße und unbeschwerte Möglichkeit – weil kalorienarm – Süßes zu genießen. Die Süßstoffmarke gehört seit 1976 zur familiengeführten Laurens Spethmann Holding (LSH) und wurde 2007 Teil des neu gegründeten LSH-Tochterunternehmens Nutrisun, das europaweit Fruchtschnitten, Müsliriegel und moderne Süßstoffe in Spitzenqualität vertreibt.

Februar 2016

Pressekontakt:

MuthKomm
Hopfensack 19
20457 Hamburg
Telefon: 040 307070707
Fax: 040 307070701
E-Mail: jochen.muth@muthkomm.de

