

Kalaschnikow – The red bang



Auf den ersten Blick scheint es ganz schön vermessen: Einen neuen Energydrink gegenüber dem übergrossen Marktführer RedBull zu positionieren.

Wenn man dann aber mit den zwei Jungunternehmern, welche hinter diesem Projekt stecken, redet, so wird sehr schnell klar, dass diese zwei Herren ganz genau wissen, was Sie machen und den Markt sehr gut kennen. Die meisten Energy-Drinks sind Massenprodukte geworden. Kalaschnikow hingegen ist anders: Kalaschnikow ist Premium und Lifestyle und wird exklusiver positioniert als die anderen Energydrinks, erklärt der Geschäftsführer. Dies merkt man sehr schnell, wenn man die wirklich clevere Marketingidee hinter dem Produkt sieht und sich auf die Website www.kalaschnikow-energy.ch begibt.



Das ganze Produkt und Marketing ist ganz bewusst im Stile von Russland gehalten und vermittelt durch viele clever ausgewählte Designelemente wie etwa einen roten Stern oder etwa der Silhouette von Moskaus berühmten roten Platz extrem schnell einen Wiedererkennungseffekt. Die Geschmackstests bei der Zielgruppe Jugendlicher mit diesem Energydrink waren umwerfend: Von 6000 verteilten Umfra-

gebogen war nicht einer, welcher das Getränk negativ beurteilte. Dies widerspiegelt sich nun auch im rasanten Aufbau des Vertriebsnetzes. In Kürzester Zeit haben es die zwei Unternehmer geschafft, dass dieser Energydrink bereits in Italien, England, Irland, Polen, Lettland, Estonien und Litauen im Markt eingeführt wurde und bereits über 2.5 Mio Dosen davon verkauft wurden. So ist es nur eine Frage der Zeit, dass wir diesen Energydrink auch in der Schweiz und weiteren Ländern antreffen werden. Dazu wird auch die EM,08 genutzt, an welcher Kalaschnikow an der grössten Fanmeile der Schweiz, in Luzern als Hauptsponsor auftritt und bei vielen weiteren Events und Veranstaltungen wird Kalaschnikow in Kürze

mit Sicherheit auch anzutreffen sein. Viva La Revolución!
ITEX AG

