

PRESSEMITTEILUNG

Datum: 20.11.2014

Betreff: Sources Rosport S.A. erneuert sein komplettes Glasflaschensortiment und präsentiert sich mit einem neuen Markenauftritt

Mit Neuerungen im Wert von 9 Millionen Euro dem Unternehmen eine vielversprechende Zukunft sichern

20.11.2014 – Das Jahresende präsentiert sich mit zahlreichen Innovationen, da Sources Rosport unzählige Neuerungen auf den Weg gebracht hat, die ab Ende November erscheinen werden. Sources Rosport, Marktführer im Segment der natürlichen Mineralwasser im Großherzogtum, hat nämlich rezent eine neue Produktionslinie zur Abfüllung von Pfandglasflaschen in seiner Fabrik in Rosport installiert. Die Produktionshalle musste gleichzeitig um 600m² erweitert werden, um diese neue, leistungsstarke Produktionslinie unterzubringen. Parallel dazu wurde die Palette der Pfandglasflaschen komplett erneuert und präsentiert sich nun in einem modernen und einheitlichen Look, der den verschiedenen Produkten Rosport Classic, Rosport Blue und Rosport Viva gemein ist. Sources Rosport hat außerdem diesen entscheidenden Moment genutzt, um sein Markenimage zu überarbeiten und so sein Erscheinungsbild zu verjüngen. Diese Neuerungen äußern sich aber nicht nur in einer neuen Herangehensweise in der Kommunikation, sondern auch in einer neuen digitalen Präsenz, die an die Gewohnheiten und Erwartungen der Internetnutzer angepasst ist. Die verschiedenen Maßnahmen, die u.a. an eine Marktstudie von 2013 angelehnt sind, entsprechen einer Investition von rund 9 Millionen Euro, die dem Luxemburger Mineralwasserhersteller, sowie seinen Kunden eine erfolgreiche Zukunft verspricht.

„Die Arbeit der letzten zwei Jahre, die auf allen Ebenen des Unternehmens stattfand, war entscheidend, um produktionstechnisch weiterhin leistungsfähig zu bleiben und eine marktführende Positionierung unserer Produkte, sowie eine qualitative Kommunikation mit dem Verbraucher zu sichern. Ziel dieser neuen Orientierung war es eine Herangehensweise zu gewährleisten, die der herausragenden Qualität unserer natürlichen Mineralwasser gerecht wird. Den Bedürfnissen und Erwartungen unserer Kunden soll auch in Zukunft entsprochen werden können,“ erklärt Max Weber, Direktor von Sources Rosport S.A.

Neue Pfandglasflaschen in ansprechendem Design

Durch einen kreativen Austausch mit seinen Konsumenten, ist es Sources Rosport gelungen neue Flaschen zu schaffen, die durch ein durchweg modernes Design ansprechen und gleichzeitig auch die außergewöhnliche Qualität der natürlichen Mineralwasser Rosport Classic, Rosport Blue und Rosport Viva ehren. Selbstverständlich ist das neue Design durch die aktuelle Rosport-Flasche geprägt, trägt aber gleichzeitig auch den zahlreichen sachdienlichen Anmerkungen der Viva-Fans Rechnung.

Somit wird nun im November 2014 das Sortiment der Pfandglasflaschen der Rosport- und der Viva-Palette komplett ersetzt werden. Das neue Sortiment wird aus drei Flaschen im Format 25cl, 50cl und 1L bestehen und durch die Etiketten und Verschlüsse in unterschiedlichen Farben deutlich unterscheidbar sein.

Von Rosport Classic und Rosport Medium im 75cl Format wird sich komplett getrennt werden. Das Rosport Classic 75cl Format wird durch das familientaugliche 1L-Format ersetzt. Diese Entscheidung trägt auch der Anregung der Konsumenten Rechnung, die sich seit geraumer Zeit dieses Format gewünscht haben und nun für ihre Geduld belohnt werden.

Neue Kästen nach strengen ergonomischen und ökologischen Kriterien

Zusätzlich zu dem komplett neu gestalteten Glasflaschensortiment, hat Sources Rosport auch die gesamten Kästen erneuert.

Ziel bei der Gestaltung des 1L Kastens war es dem Konsumenten einen echten Mehrwert zu bieten. Nicht weniger als drei „Soft Grip“ Tragegriffe (mit Schaumstoff umhüllte Tragegriffe) sollen einen möglichst angenehmen Tragekomfort des futuristisch anmutenden Kastens gewährleisten und das Verletzungsrisiko der Hände minimieren.

Die Folgen einer großangelegten Kastenproduktion für die Umwelt sind natürlich nicht unerheblich, und so war es Sources Rosport ein Anliegen die Ökobilanz dieser Neuerung so positiv wie möglich zu halten. Aus diesem Grund sind die Kästen der 25cl und 50cl Flaschen aus recyceltem Plastik, das zudem aus den alten Rosport- und Viva-Kästen gewonnen wurde. Diese wurden speziell zur Wiederverwendung in den neuen Rosport-Kästen geschreddert und eingeschmolzen.

Eine durch Rosport signierte Innovation: die erste PET Flasche komplett ohne neugewonnene fossile Rohstoffe

Sources Rosport verspricht nicht nur die bereits erwähnten Neuerungen im Glassortiment, sondern hat auch noch einige Überraschungen im PET-Sortiment in petto. Durch monatelange Forschung und Entwicklung in enger Zusammenarbeit mit seinem langjährigen Partner Luxpet (Bascharage) ist es gelungen eine neuartige PET-Flasche herzustellen, die strengen ökologischen Kriterien gerecht wird. Diese neue PET-Flasche für 50cl und 1L Rosport Classic wird die erste Flasche aus dem PET-Sortiment sein, die ohne jegliches Plastik aus neugewonnenen nicht erneuerbaren fossilen Rohstoffen hergestellt wird. Tatsächlich besteht sie zu 75% aus Plastik, das aus, in Luxemburg gesammelten und recycelten PET-Flaschen gewonnen wird und zu 25% aus Plastik, das aus Zuckerrohr gewonnen wird und eine durchwegs positive Ökobilanz aufweist.

Abschließend soll aber auch noch erwähnt werden, dass das gesamte PET-Sortiment einem Relooking unterzogen wurde und sich zum Ende des Jahres mit neuem Etiketten- und Verpackungsfoliendesign präsentieren wird, das an das neue Erscheinungsbild der Glasflaschen angelehnt ist.

Etienne Gossart, Country Director Coca-Cola Enterprises für Belgien und Luxemburg, reagiert positiv auf die neue strategische Orientierung von Sources

Rosport: „Unsere langjährige Zusammenarbeit geht auf 1998 zurück. Jeder kennt Coca-Cola durch unsere internationalen Marken, dabei sind wir aber letztlich ein durchaus regionales Unternehmen. Die Neuerungen entsprechen vollkommen unserer Vision von Nachhaltigkeit, die verlangt, dass wir so nah wie möglich am Kunden produzieren und vertreiben. So sind wir nun seit mehr als 16 Jahren treuer Partner von Sources Rosport und vertreiben mit Stolz die Nummer 1 der natürlichen Mineralwasser des Luxemburger Markts.“

Eine komplett neue Internetseite für mehr Interaktivität mit den Internetnutzern

Internetnutzer verbringen mehr und mehr Zeit im World Wide Web und in den sozialen Netzwerken (im Schnitt etwa 5 Stunden pro Tag). Sie suchen nach Informationen, Unterhaltung und Interaktion, sowie Austausch. Es ist also für ein Unternehmen unmöglich nicht digital präsent zu sein und dementsprechend ist es nötig sich einer qualitativ hochwertigen und sinnvollen Präsenz zu versichern, das Ganze mit einer Prise „Fun“ kombiniert. Vor diesem Hintergrund hat Sources Rosport entschieden sich von bekannten Schemen zu verabschieden, um ein, für eine Mineralwassermarke, recht avantgardistisches und einzigartiges Konzept zu entwickeln. Inspiriert durch Konzepte verschiedener sozialer Netzwerke, die eine visuelle Aufmachung vorziehen, bietet Sources Rosport den Internetnutzern eine informative, interaktive und auf visuelle Anreize setzende „Lifestyle“-Seite unter dem Domain www.rosportlife.com. Die Besucher finden auf der Seite eine Vielzahl an Themen rund um Kultur, Rezepte, Natur und nachhaltige Entwicklung, Sport und Wohlbefinden oder auch noch Informationen zur Familie oder dem Reisen.

Die Beiträge auf rosportlife.com werden von einem Kollektivum, bestehend aus rund zehn Personen erarbeitet, die dem Leser ihren „Style“, ihre Lebensweise, ihre Leidenschaften und ihre Projekte präsentieren. Dies geschieht auf eine sehr individuelle und persönliche Art und Weise durch Texte, Fotos, Videos oder auch z.B. Illustrationen. Die Seite bietet Artikel in Französisch, Englisch, aber auch in Deutsch und Luxemburgisch an und reflektiert so die Multikulturalität unseres Landes. Gerade dieser luxemburgische Touch, diese lokale Verankerung wird den Lesern auch das Land, seine kulturellen Schätze und seinen Style näher bringen.

Ziel von rosportlife.com ist es den Leser zu inspirieren, ihm positive Emotionen und ein gutes Gefühl während seines Besuches auf der Seite zu vermitteln. Natürlich können auch alle Inhalte über verschiedene soziale Medien geteilt und „geliked“ werden. Eine Rückmeldung der Leser zu ihren Eindrücken beim Surfen auf der Seite ist auch erwünscht und wird zur stetigen Verbesserung der Seite beitragen. Diese Interaktivität, so wie auch die Vielfalt der Beiträge werden die Vielseitigkeit und den Abwechslungsreichtum der Seite ausmachen und es so ermöglichen den diversen Erwartungen der Internetnutzer gerecht zu werden.

Marktstudie von 2013 bestätigt den herausragenden Bekanntheitsgrad der Rosport Marken und die steigenden Marktanteile im Großherzogtum

Im Mai 2013 hat Sources Rosport eine großangelegte Marktstudie durchgeführt, die es ermöglicht einige bedeutende, auch überraschende Fakten hervorzuheben.

Geht es darum eine Marke für natürliches Mineralwasser anzugeben, so nannten 74,4% der, in der Studie befragten Personen eine Marke für stilles Mineralwasser. Die Analyse der genannten Marken zeigt, dass in Sachen Bekanntheitsgrad, Viva an

zweiter Stelle bei den stillen Mineralwasser steht und somit seinen ewigen Konkurrenten in Sachen Marktanteile bei der Luxemburger Zielgruppe aussticht.

Die kohlenensäurehaltigen Mineralwasser von Sources Rosport sind ihrerseits klare Spitzenreiter in ihren jeweiligen Märkten. So wird die Marke Rosport bei 7 von 10 Nennungen angegeben, wenn es darum geht eine Marke für kohlenensäurehaltige Mineralwasser zu nennen. Rosport Blue ist bei weitem das am häufigsten konsumierte kohlenensäurehaltige Mineralwasser im Land. Darüber hinaus befindet sich aber auch die Marke Rosport Classic in den Top 3.

A propos Sources Rosport S.A.

Gegründet 1959, produziert Sources Rosport S.A. aktuell sowohl natürlich sprudelnde als auch stille Mineralwasser. Im Sortiment: Rosport Classic, stark sprudelnd, Rosport Blue, leicht sprudelnd und Rosport Viva, das stille Mineralwasser. Seit 2012 ist auch „Rosport Pom's“, eine Apfelschorle mit Rosport Mineralwasser, Teil der Rosport-Familie.

Mit rund 31.850.000 verkauften Flaschen (alle Produkte zusammengefasst), bzw. einer Summe von 19.520.000 Litern, war das Jahr 2013 ein Rekordjahr für Sources Rosport. Etwas mehr als die Hälfte seiner Wasser, rund 54%, wurden in Pfandglasflaschen verkauft, der Rest in PET-Flaschen.

Ziel des mittelständischen, zu 100% luxemburgischen Unternehmens ist es nicht nur seine Konsumenten mit dem einzigartigen Geschmack seiner Getränke, der reichhaltigen und ausgewogenen mineralischen Zusammensetzung und der Vielfalt seiner Produkte zu überzeugen, sondern auch eine hohe Produktqualität und Konsumentenzufriedenheit zu erreichen und zu halten. Ein verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt, die soziale Verantwortung des Unternehmens sowie die Arbeitssicherheit stellen wichtige Kernbereiche dar. Das beweisen auch die Zertifizierungen von Sources Rosport für folgende international anerkannte Normen: ISO9001, ISO14001 und OHSAS 18001. Zudem wurde dem Unternehmen 2014 zum zweiten Mal das „Label ESR“ des „l'Institut national pour le développement durable et la responsabilité des entreprises“ (INDR) verliehen und hat im April des gleichen Jahres auch den Sonderpreis « Coup de Cœur du Jury » beim Trophéco erhalten.

Pressekontakt:

Tanja KINNEN
Responsable Communication & Events
Sources Rosport S.A.
2, rue de la Tour Jacob
L-1831 Luxembourg
Tél.: 40 84 03-1
Email: contact@rosport.com
Web: www.rosportlife.com
www.rosport.com