

Andalö: Trend-Aperitif erobert die Gastronomie

Eckernförde, 10. Mai 2023 – WALDEMAR BEHN startet diesen Sommer eine nationale Gastronomie-Offensive mit Fokus auf dem beliebten Aperitif Andalö. Große Merchandise-Aktionen, Verkostungen und Listungen in Szene- und System-Gastronomien sollen den Aperitif-Kategorie Gewinner Andalö noch stärker positionieren und lassen die Bekanntheit des Signature Drinks Andalö Spritz weiter wachsen. Begleitend wird es Verkostungen und Aktionen im LEH geben.

Die Beliebtheit des Aperitifs in Deutschland nimmt zu. Auch im Jahr 2022 entwickelte sich die Kategorie weiter positiv. Insgesamt wuchs die Käuferreichweite im vergangenen Jahr entgegen dem Markttrend um knapp 10 Prozent.¹ Besonderer Gewinner ist Andalö, der Sanddornlikör aus dem Hause WALDEMAR BEHN. Der nordische Aperitif wächst mehr als doppelt so stark wie die gesamte Aperitif-Kategorie.² Andalö ist bereits seit Jahren aus der Aperitif-Szene nicht mehr wegzudenken. Besonders in Kombination mit spritzigem Prosecco, einem Schuss Soda sowie Eis und einer Orangenscheibe ist der Signature Drink Andalö Spritz mittlerweile in der Gastronomie weit verbreitet. „Aperitifs erfreuen sich auch in Deutschland immer größerer Beliebtheit. Besonders für die Gastronomie bieten sie große Umsatzpotenziale“, so Philipp Fellmann, Geschäftsführer des norddeutschen Spirituosenherstellers WALDEMAR BEHN. „Diesen Sommer wollen wir durch eine breit aufgestellte Gastronomie-Offensive Andalö und seine vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten auch national in der Gastronomie etablieren und neue Konsumentinnen und Konsumenten von unserem beliebten Sanddornlikör überzeugen.“

Andalö startet diesen Sommer durch

Im Sommer 2023 steht der Genuss von Andalö als Aperitif im Fokus der deutschlandweiten Marketingaktivitäten von WALDEMAR BEHN. In einer umfangreichen Gastronomie-Offensive mit einem Schwerpunkt an den Küsten soll besonders die Positionierung des beliebten Drinks Andalö Spritz als Signature Drink eine zentrale Rolle einnehmen. In ausgewählten Gastronomiebetrieben werden verschiedene Merchandise-Aktionen und Verkostungen umgesetzt. Neben starker Präsenz in der Gastronomie investiert WALDEMAR BEHN zusätzlich in den Handel, um die Marke auch im LEH weiter zu stärken. Mit Pop-up-Displays, Werbemitteln und Ausschankterminen in beliebten Urlaubsregionen an der Nord- und Ostsee soll Andalö als Aperitif-Gewinner positioniert werden. Begleitend sorgen Anzeigenschaltungen in Fachmagazinen sowie Kooperationen mit reichweitenstarken Küsten-Influencern für eine hohe mediale Aufmerksamkeit.

¹ Nielsen Sigu Report LEH + DM +C&C, YTD, Period Ending: W 2022 52

² NielsenIQ: revenue (in 1.000 EUR) / 2022 vs. 2021 (week 35/2022) / LEH + DM + C&C



Faktencheck Andalö

- 0,7-Liter-Flasche
- 15% vol.
- UVP 12,99 EUR (Aktionspreis: 10,99 EUR)

Bildmaterial



Bildtitel: Der neue Signature Drink Andalö Spritz erobert die Gastronomieszene.

Quellenangabe Foto: WALDEMAR BEHN GmbH



Bildtitel: WALDEMAR BEHN startet umfangreiche Gastronomie-Offensive mit Andalö.

Quellenangabe Foto: WALDEMAR BEHN GmbH



Bildtitel: WALDEMAR BEHN positioniert Andalö als Aperitif-Gewinner im Handel.

Quellenangabe Foto: WALDEMAR BEHN GmbH

	<p>Bildtitel: WALDEMAR BEHN positioniert Andalö als Aperitif-Gewinner im Handel.</p> <p>Quellenangabe Foto: WALDEMAR BEHN GmbH</p>
	<p>Bildtitel: WALDEMAR BEHN positioniert Andalö als Aperitif-Gewinner im Handel.</p> <p>Quellenangabe Foto: WALDEMAR BEHN GmbH</p>
	<p>Bildtitel: WALDEMAR BEHN positioniert Andalö als Aperitif-Gewinner im Handel.</p> <p>Quellenangabe Foto: WALDEMAR BEHN GmbH</p>

Über WALDEMAR BEHN

Familienunternehmen mit Handschlag-Mentalität und Gründer-Gen

Seit Gründung im Jahre 1892 ist das Unternehmen WALDEMAR BEHN mit Sitz in Eckernförde durchgängig in Familienbesitz und wird aktuell von Rüdiger Behn (4. Generation) und Philipp Fellmann geführt. Bis zum Tod von Waldemar Behn im März 2023 haben die beiden Brüder Waldemar und Rüdiger die Unternehmensgruppe, zu der auch der Getränkefachgroßhandel BEHN Getränke gehört, gemeinsam weiterentwickelt.

Gemeinsam mit mehr als 170 Mitarbeitern führen und entwickeln Rüdiger Behn und Philipp Fellmann das Sortiment von einzigartigen und vielfach auch international bekannten Spirituosen, wie Kleiner Feigling, Dooley's Original Toffee Cream Liqueur und DANZKA

Vodka. Heimatverbundenheit zeigt das Familienunternehmen mit regionalen Traditionsmarken wie ANDALÖ, Küstennebel, Friesengeist und Radeberger Kräuterlikör.

Weitere Informationen und Bildmaterial können Sie gerne anfordern bei:

kommunikation.pur GmbH, Andrea Lintl, Sendlinger Straße 31, 80331 München

Telefon: +49.89.23 23 63 52, Fax: +49.89.23 23 63 51, E-Mail: lintl@kommunikationpur.co