

AKTUELL

Branchennews
Bildgalerien

CAFE-FUTURE.ARCHIV (€)

Rankings
Specials
Online-Archiv
Printarchiv

PRODUKTE & MÄRKTE

Industrie-/Messe news
Produktnews Food
Produktnews Technik

TERMINE

Fachevents
Messen

BÖRSEN

Jobs
Education
Pacht/Immobilien
SecondHand

BACKGROUND

Abonnement
Gesetze/Richtlinien
Branchenadressen
Mediadaten
Newsletter
Shop
Gästebuch
Kontakt

BRANCHENNEWS

Haji: Neue Marke für Wasser und Cola



'it's your choice' - Unter diesem Motto startet der Launch der beiden Getränke haji water und haji cola. Das Wasser und die Cola heben sich durch ihren speziellen Spirit und ausgewählte, natürliche Inhaltsstoffe von der üblichen Konkurrenz ab. Sie schaffen auf diese Weise

Gemeinsamkeiten, welche auf den ersten Blick kaum vermutet werden können.

Die Schöpfer der Marke haji, der in Hamburg lebende, iranisch stämmige Ali Eghbal und sein in Düsseldorf ansässiger, langjähriger deutscher Geschäftspartner Gregor vom Endt, hatten bereits vor vielen Jahren die Idee, mit völlig neuen und charakterstarken Produkten den Getränkemarkt zu revolutionieren. Das Ergebnis dieser Überlegungen ist ein Produkt-Tandem, welches sich auf den ersten Blick ausschließt: Eine Cola und ein Wasser im homogenen Markenauftritt. Die spannungsreiche Dualität wird durch die Produktfarben Schwarz und Weiß, stets im direkten Kontrast zum jeweiligen Pendant, unterstrichen.

haji water wird direkt aus der bekannten RhönSprudel Quelle geschöpft, die im von der Unesco geschützten Biosphärenreservat Rhön entspringt. „Dieses Wasser gilt als eines der reinsten und natürlichsten Mineralwasser überhaupt – und passt somit sehr gut zur Philosophie von haji“, erklärt vom Endt.

„Das Gegenstück zum Wasser ist haji cola, ein Erfrischungsgetränk der besonderen Art. Die Rezeptur ist frei von Phosphor und Kristallzucker“, erläutert Ali Eghbal. „Die Süße gibt der Sirup von frischen Datteln und reinem, natürlichen Fruchtzucker. Orientalische Ingredienzen wie Koriander, Ingwer, Vanille, Muskat und Zimt verleihen dem Getränk ein ungeahntes Geschmackserlebnis“, fährt er fort. „Schließlich setzt die Verwendung von hochwertigem, natürlichem Mineralwasser als Grundlage der Cola an Stelle des üblicherweise zugefügten, industriell bearbeiteten, modifizierten Wassers hinsichtlich einer gesundheitsorientierten Rezeptur neue Maßstäbe. Uns war sofort klar, dass wir auch die Menschen, die an sich keine Cola trinken, am haji-Genuss teilhaben lassen wollen.“

Nach der Markteinführung in Deutschland, welche zunächst im Getränkefach-, Groß- und Lebensmitteleinzelhandel, später auch in der Gastronomie und Hotellerie stattfinden soll, steht übrigens die länderübergreifende Expansion auf dem Programm. Mit der internationalen Markensicherung als Wort- und Wort-/Bildmarke von haji, der Registrierung einer Vielzahl von Domains sowie den bereits gegründeten Tochterfirmen in Hong Kong und Teheran/Iran sind die beiden Unternehmer diesbezüglich bestens aufgestellt.

www.haji.net

Redaktion food-service/gv-praxis/BM

Cola, Wasser, Haji, Szenegetränke, Ali Eghbal, Gregor vom Endt

3. August 2009

Letzte Meldung | Zur Trefferliste | Nächste Meldung

DIE NEUEN HEFTE



- > gv-praxis
- > food service
- > FS Europe & Middle East
- > epaper



Diese Seite drucken

Copyright: Deutscher Fachverlag GmbH; Impressum; Datenschutz
Anregungen & Kommentare an info@cafe-future.net

Für den Inhalt von Angeboten, zu denen eine Verbindung per Link möglich ist, und die nicht vom Deutschen Fachverlag stammen, wird keine Verantwortlichkeit und Haftung übernommen.