

17.05.2021 – 11:52 Uhr

Abseviervorschlag: Geschäftsführer Torben Nielsen ruft Strategieoffensive für PepsiCo in Deutschland aus



Neu-Isenburg (ots) -

- PepsiCo will Umsatz in DACH-Region in den kommenden Jahren verdoppeln
- Millionen-Investitionen in Markenaufbau von Pepsi MAX
- Neue Kampagne "Deine Ex. Deine MAX" startet

Mit kräftigen Investitionen in die Marke Pepsi MAX, neuen Partnerschaften und optimierten Vertriebs- und Logistikstrukturen plant PepsiCo seinen Umsatz in den kommenden Jahren zu verdoppeln. Insgesamt soll der Umsatz auf eine Milliarde Euro in der DACH-Region ansteigen. Bereits heute ist Pepsi das am schnellsten wachsende FMCG Unternehmen in Deutschland. [1] "Die Beziehung der Deutschen zu den Produkten der Konkurrenz beruht einzig und allein auf Gewohnheit. Wir bieten mit Pepsi MAX hingegen Leidenschaft und großartigen Geschmack. Deswegen ist es Zeit, dass wir den Autopiloten bei der Kaufentscheidung stoppen", sagt Torben Nielsen, Geschäftsführer von PepsiCo DACH.

Innovation statt Gewohnheit beim Genuss: Für seinen geplanten Siegeszug investiert PepsiCo einen zweistelligen Millionenbetrag in seine Kern-Marke Pepsi MAX. Es ist die größte Aktivierung in der Geschichte der Marke in Deutschland. Neue moderne Design-Formate, die das Verlangen der Menschen nach Abenteuer und Abwechslung ansprechen, sichern die Aufmerksamkeit der Verbraucher. Für den bisherigen Marktführer hat Nielsen eine klare Botschaft: "Deutschland und die anderen Cola-Marken werden sich auseinanderleben. Wir liefern dafür den passenden Abseviervorschlag." PepsiCo helfe den Verbrauchern im Rahmen der Kampagne "Deine Ex. Deine Max", endgültig Schluss mit der Konkurrenz zu machen. "Wir haben uns jetzt optimal aufgestellt - mit einem starken Führungsteam, engagierten Mitarbeitern und neuem Design. Ich bin davon überzeugt, dass wir so eine Chance haben, die 'Gewohnheitstrinker' der anderen Cola-Marken in Deutschland für uns zu begeistern", sagt Nielsen weiter.

Die neue Strategie soll die Power of One von PepsiCo in den Vordergrund rücken und einzelne Marken aus dem Snacks und Getränkeportfolio in Angeboten kombinieren. Gleichzeitig setzt das Unternehmen auf neue Geschäftskunden im Away-From-Home Segment, baut den E-Commerce-Sektor aus und erschließt sich weiterhin neue Vertriebswege, beispielsweise über Drogerie-Handelsketten. Auch kanalübergreifende Innovationen, wie die erst kürzlich auf den Markt gebrachten "Iconic Restaurant Flavors", die beliebte Geschmacksrichtungen von bekannten Schnellrestaurants mit Lay's Chips kombinieren, sowie disruptive Kommunikationskampagnen sollen

künftig das Erscheinungsbild von PepsiCo in Deutschland weiter schärfen. Die gesamte Organisation wurde in den vergangenen Monaten auf die Kunden und Konsumenten fokussiert. PepsiCo hat die Zahl der Logistikstandorte konsolidiert, die Investitionen in die IT erhöht und setzt auf eine moderne Personalarbeit, beispielsweise durch die Einführung der Mobile Working Policy, durch die Mitarbeitende ihren Arbeitsort deutschlandweit selbst bestimmen dürfen. Durch optimierte Prozesse, beispielsweise bei den Bestellvorgängen, verschafft sich das Unternehmen Mittel für zusätzliche Investitionen in Marken und Produkte.

Gleichzeitig bleibt PepsiCo auch bei der neuen Offensive seinem übergeordneten Ziel "Winning with Purpose" treu. "Wir wollen langfristig im Markt gewinnen und setzen dafür in all unseren Geschäftsfeldern auf Nachhaltigkeit. Das ist ein wesentlicher Unterschied zwischen uns und unseren Mitbewerbern. Beispielsweise, werden wir bis Ende 2021 als erstes Getränkeunternehmen in Deutschland ausschließlich 100 % recyceltes Plastik (rPet) in den Einweg-Getränkeflaschen unserer CSD-Marken nutzen", sagt Nielsen. Allein dafür investiert das Unternehmen sieben Millionen Euro. Des Weiteren konnte der gesamte CO₂-Ausstoß binnen zehn Jahren um 90 % reduziert werden.

* * *

Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren. PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein - durch "Winning with Purpose". "Winning with Purpose" steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com und www.pepsico.de.

[1] Quelle: IRI | Einzelhandel >200 qm exkl. Impulse (Kiosk, TS, DM) | Umsatzentwicklung in % | Top 15 FMCG-Markenhersteller nach Umsatz | YTD August 2020 vs. Vorjahr.

Pressekontakt:

Adriana Cerami
Lead Corporate Communications D/A/CH
PepsiCo Deutschland GmbH
Hugenottenallee 17363
263 Neu-Isenburg
Telefon: +49 152 546 169 80
E-Mail: adriana.cerami@pepsico.com

Medieninhalte



Abserviervorschlag: Geschäftsführer Torben Nielsen ruft Strategieoffensive für PepsiCo in Deutschland aus / Für den bisherigen Marktführer hat Nielsen eine klare Botschaft: "Deutschland und die anderen Cola-Marken werden sich auseinanderleben. Wir liefern dafür den passenden Abserviervorschlag." PepsiCo helfe den Verbrauchern im Rahmen der Kampagne "Deine Ex. Deine Max", endgültig Schluss mit der Konkurrenz zu machen. "Wir haben uns jetzt optimal aufgestellt - mit einem starken Führungsteam, engagierten Mitarbeitern und neuem Design. Ich bin davon überzeugt, dass wir so eine Chance haben, die 'Gewohnheitstrinker' der anderen Cola-Marken in Deutschland für uns zu begeistern", sagt Nielsen weiter. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010595/100870623> abgerufen werden.