

PR-Text für Lebensmittel Praxis Verlag - Auszug
Thema: Wrigley

Kaugummi – weltweit zu Hause

Auf allen Kontinenten, in allen Kulturen, über alle Epochen hinweg – Kaugummi gehört zum Alltag der Menschen. Den bislang ältesten Kaugummi der Welt fanden Archäologen bei Ausgrabungen einer 9.000 Jahre alten Siedlung in Südschweden. Auch die antike Hochkultur der Griechen kannte eine Art „Kaugummi“: Vor rund 2.000 Jahren kaueten die Menschen das Harz des Mastix-Baums, um ihre Zähne zu reinigen und den Atem zu erfrischen. Die Indianer Nordamerikas kauten Fichtenharz, die südamerikanischen Mayas bevorzugten hingegen „Chicle“, den eingedickten Saft des Sapotillbaums. Seitdem hat sich die Herstellung von Kaugummi grundlegend verändert. Heute wird Kaugummimasse geschmolzen und in einem Mixer mit Zucker oder Zuckeraustauschstoffen, Glukosesirup, Aromen, Frucht- und Pflanzenextrakten vermischt. Große Walzen formen die Masse zu einem flachen, gleichmäßigen Kaugummiband. Je nach Marke und Form durchläuft der Kaugummi anschließend weitere, individuelle Produktionsschritte, bis er portioniert und verpackt an den Handel ausgeliefert wird.

Wrigley – Synonym für Kaugummi

Wrigley ist eines der führenden Süßwarenunternehmen und weltgrößter Hersteller und Vermarkter von Kaugummi. Seinen Erfolg verdankt das Unternehmen dabei der Innovationsstärke, einer konsequenten Markenführung, Kooperation mit dem Handel sowie starken Merchandising-Konzepten. Im Jahr 2006 wurden allein in Deutschland knapp 540 Millionen Euro mit Kaugummi umgesetzt. Über 90 Prozent der Verbraucher

entscheiden sich dabei für ein Wrigley-Produkt. Dies entspricht jeden Tag 1,84 Millionen Kaugummikäufen. Die Produkte von Wrigley sind bundesweit an über 200.000 Verkaufsstellen erhältlich.

Ein wahres Multitalent

Für die Popularität von Kaugummi sprechen viele Gründe. Dass er gut schmeckt und für frischen Atem sorgt, ist bekannt. Zunehmend entscheiden sich Konsumenten für Kaugummi aber auch wegen weiterer Zusatznutzen für die Gesundheit und das Wohlbefinden:

- Durch den regelmäßigen Genuss von Zahnpflegekaugummi zusätzlich zum Zähneputzen sinkt das Kariesrisiko um bis zu 40 Prozent.
- Kauen erhöht die Blutzufuhr zum Gehirn. Dadurch kann es zur Verbesserung der Aufmerksamkeit und Konzentration beitragen.
- Kauen regt Hirnbereiche an, die Einfluss auf den Abbau von Anspannungen haben können. Kauen kann somit helfen, den Alltagsstress zu mindern.
- Mit 2 bis 22 Kalorien pro Stück steht Kaugummi für Naschen ohne Reue.
- Kaugummikauen kann Rauchern helfen, die Zeit ohne Zigarette zu überbrücken und bei Rauchtönung Rückfälle zu vermeiden. Denn Raucher sind an das Gefühl gewöhnt, etwas im Mund zu haben. Kaugummi erfüllt dieses Bedürfnis.
- Nahezu jeder Flugpassagier kennt den unangenehmen Druck im Ohr bei Start und Landung. Kaugummikauen unterstützt die Druckanpassung im Mittelohr und hilft somit gegen entsprechende Symptome.
- Das Kauen von Kaugummi stimuliert die Bildung von Speichel, der eine neutralisierende Wirkung auf Säure hat.



Rentabilität der Kassenzone bei: Hier ist die Umsatzrendite um bis zu fünfmal höher als im LEH-Durchschnitt (gemäß EHI-Studie 2005). Erfolgsgaranten sind die Qualität und optimale Sichtbarkeit der Produkte. Gesteigert wird die Impulswirkung durch die Verwendung spezieller Wrigley-Verkaufsdiskontrollen, die sich individuell an die Bedürfnisse des Handels anpassen lassen.

- Kaugummi gehört auch im Regal zu den wichtigsten Süßwarenssegmenten. Für seine Bedeutung spricht vor allem eine hohe Flächenproduktivität: Der Umsatzanteil steht stets in einem günstigen Verhältnis zum benötigten Flächenanteil (Quellen: ACNielsen, Deutschland gesamt, 2006; Repräsentative Flächenerhebung Wrigley intern, 2006).
- Für Zusatzumsätze sorgen spezielle Promotionaktionen. Dank sehr geringer Kannibalisierung eröffnen Zweitplatzierungen zusätzliche Renditechancen. Tests beweisen, dass durch Promotions auf Markenebene bis zu 150 Prozent zusätzlicher Umsatz realisiert werden kann (lt. SBW Scannerdatenanalyse, Wochenumsatz, 2006) ...

Impulsübware mit klarem Zusatznutzen

Für den Verbraucher ist Kaugummi ein Zweckartikel, dessen Kauf sehr nutzenorientiert und – vor allem in der Kassenzone und bei Promotions – häufig ungeplant aus einem Impuls heraus erfolgt. Im Gegensatz zu Genussartikeln wie zum Beispiel Schokolade stehen bei seinem Kauf vor allem Zusatznutzen wie Zahnpflege oder Atemfrische im Vordergrund. Von zahlreichen anderen Süßwaren unterscheidet den Kaugummi ebenfalls, dass der Käufer sehr sensibel auf „Out-of-Stocks“ reagiert: Fehlt seine Lieblingssorte, reagiert er meist mit Kaufverzicht.

Kassenschlager in jeder Platzierung

Egal ob an der Kasse, im Regal oder im Rahmen von Promotions. Kaugummi ist ein wahrer Kassenschlager, der stets einen erheblichen Teil zur Wertschöpfung beisteuert:

- An der Kasse werden mit Wrigley-Kaugummi 39 Prozent (lt. EHI-Studie 2005) des gesamten Süßwaren-Ertrages erzielt. Dabei trägt Kaugummi wesentlich zur