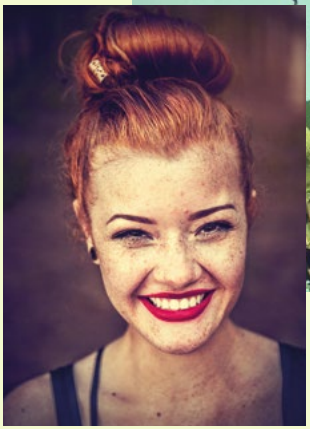
FRÄU LEIN

Die deutsche Apfelentdeckung



Das „Fräulein“ wird erwachsen.

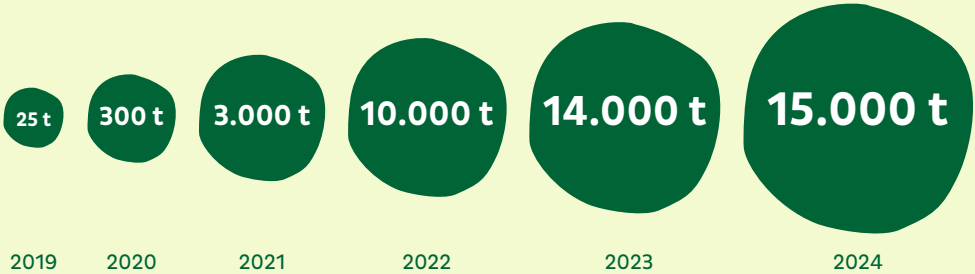
Genau wie die Entdeckung von Gerd Sundermeyer verkörperte das Fräulein der Wirtschaftswunderzeit einst deutsche Tugenden wie Zuverlässigkeit und Bodenständigkeit. Heute steht der Begriff Fräulein für eine Generation junger Frauen, die sich im Leben behauptet. Für sie und alle anderen kommt dieser Apfel mit seinen tollen Eigenschaften wie gerufen.

Die Marke Fräulein verbindet alles, wofür unsere Apfelsorte steht:

- Eine neue Generation
- Frische
- Eine deutsche Entdeckung
- Tradition und Modernität
- Knackigkeit

So kommt Fräulein in den Handel.

Anbaumenge für eine Vermarktung vom Herbst bis weit in den Sommer



4er- und 6er-Schalen, Legesteige aus Wellpappe.

„Ich wollte einfach den besten Apfel finden.“

– Gerd Sundermeyer

Ein neuer Apfel mit Geschichte.

Fräulein ist die Entdeckung des Obstbauern Gerd Sundermeyer. Viele Jahre suchte er auf traditionelle Weise nach einem Apfel, der alles Gute verbindet: ausgewogene Süße und Säure, ein neuartiges Geschmackserlebnis und einen Biss, den es so noch nicht gab. In der Hildesheimer Börde kombinierte er so lange alte und neuere Apfelsorten miteinander, bis er Fräulein fand – einen Apfel für die heutige Zeit.

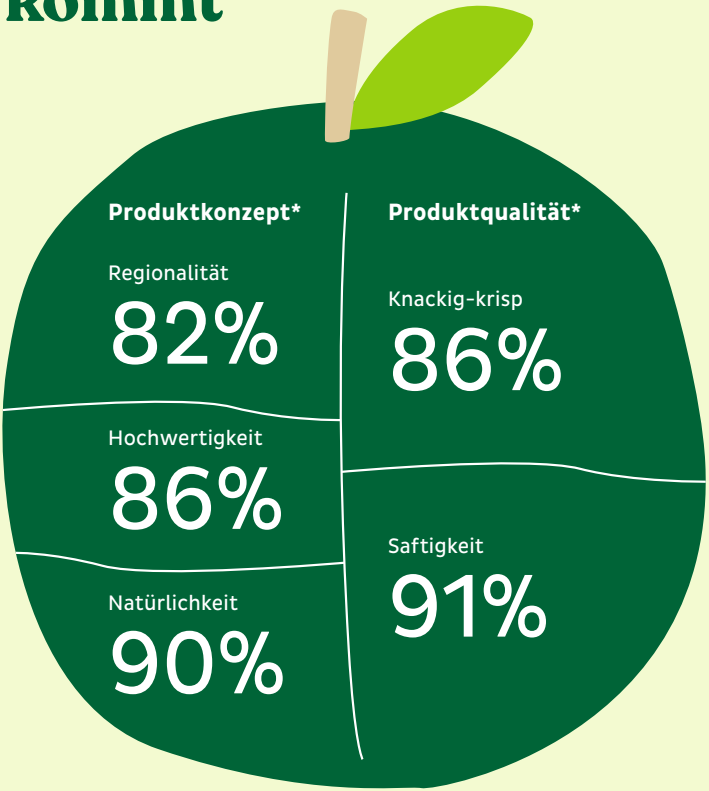
Sehnsüchtig erwartet: Fräulein wird 2020 am Markt eingeführt.

Die Entdeckung vom Lande mischt die Großstadt auf: In Berlin schnuppert Fräulein Stadtluft und wird von den Berlinern beschnuppert. Im LEH und auf Wochenmärkten sammeln wir in einem begrenzten Raum mit effektiven Promotionmaßnahmen Erfahrungen mit unseren Kunden.

Pilotmarkt:

Konzentrierte Plakataktionen in U-Bahn-Stationen, interessante Sample-Aktionen, Promotionwagen mit Wochenmarktatmosphäre und Gutscheinaktionen – mit umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen erreichen wir die Menschen dort, wo sie Fräulein auch kaufen können. Wir machen die Marke bekannt und sorgen für Abverkäufe.

Fräulein kommt gut an.



* Inviso Gesellschaft für Kommunikations- und Marketingforschung mbH, Hannover

In Verbrauchertests schneidet Fräulein sowohl beim Produktkonzept als auch bei der Produktqualität besser als die führenden Mitbewerber ab. Auch die Kaufbereitschaft der Konsumenten ist höher als bei den Mitbewerbern.

Fräulein ist im ganzen Land zu Hause.

Sechs deutsche Erzeugerorganisationen bauen die Apfelentdeckung an. Regionalität bei der Züchtung, dem Anbau und der Vermarktung sind beste Voraussetzungen für ein starkes Marketing.

Und hier wird Fräulein angebaut:

1. Elbe Obst
2. M.AL. Marktgemeinschaft Altes Land GmbH
3. VEOS Vertriebsgesellschaft für Obst mbH
4. Obstgroßmarkt Mittelbaden eG
5. Marktgemeischatf Bodensee eG
6. Württembergische Obstgenossenschaft Raiffeisen eG

www.fräulein.de