

Introducing ...

GO





Inhalt

Inhalt	2
GO - Der Kult-Drink	3
Stylish Soul inside.....	3
„GO Party“ - „GO Tube“.....	4
Daten und Fakten zu GO.....	5
Zielgruppe	5
Die Idee	5
Warum Tuben?.....	5
Die Vorteile der Tube	6
Medien & Presse	6
Wo gibt's GO?	7
Das Sortiment	8
GO Alko.....	8
GO Non-Alk	8
Nochmals in Kürze	9
Kontakt.....	9

GO - Der Kult-Drink

Stylish Soul inside



GO ist der Kult-Drink der trendbewussten Party-Szene.

Das kühle Aluminium und die coole Form der Tube bilden eine perfekte Kombination und die Basis für das Image von GO:

einzigartig, neu, cool, stylish, trend-setting, mutig, gewagt

Das ist auch das Image der GO-Community. Wie GO ist auch jeder in der GO-Community einzigartig und ist gleichzeitig Teil einer Gruppe Gleichgesinnter die eines verbindet: Sie sind „vorn dabei“, setzen Trends und haben keine Scheu vor Neuem und Nochniedagewesenem.



„GO Party“ – „GO Tube“

GO darf auf keiner Party mit Stil und Klasse fehlen und ist weltweit auf den heißesten Events zu finden.

GO sorgte bereits auf Partys mit Paris Hilton, Pierce Brosnan, Dannii Minogue, Eva Herzigova, Jerry Hall und David Coulthard für Stimmung und das Flair des Besonderen und Einzigartigen.



Daten und Fakten zu GO

Zielgruppe

Jugendliche und junge Erwachsene zw. 15 und 35.
Party-People, Trend-Setter und alle die es werden wollen.

Die Idee

Die Revolution hat begonnen im Jahre 2004, mit der Idee die allseits bekannten Tuben für Senf einmal anders zu befüllen.



Und wie nicht anders zu erwarten ist, stammt diese Idee aus dem Hause Wenger, einem österreichischen Traditionsunternehmen mit Sitz in Kärnten, das seit 1886 in der Produktion von Lebensmittel tätig ist.

Ebenso lange strebt Wenger danach den Markt mit innovativen Produkten zu überraschen.

Dies ist mit GO, dem weltweit ersten Getränk aus der Tube, erneut gelungen, wie auch die bisher weltweit verkauften 10 Mio. Tuben beweisen.

2006 erhält Firma Wenger den Österreichischen Exportpreis der Wirtschaftskammer Österreich.

Warum Tuben?

Der Markt ist übersättigt mit Getränken die alle ähnlich schmecken und in der gleichen Verpackung (Dose oder Flasche) angeboten werden. In einem solchen Markt eine neue Marke zu etablieren ist ein teures und riskantes Unternehmen, außer ...

... man hat ein völlig neuartiges und einzigartiges Konzept - **Getränke in Tuben!**

Insbesondere die Zielgruppe der Konsumenten von Energy Drinks und alkoholischen Mischgetränken ist sehr markenbewußt und gleichzeitig interessiert nach neuen Innovationen.

Aus der Tube zu trinken bedeutet man identifiziert sich mit jener Gruppe von Menschen die alle bewundern: jung, dynamisch, extravagant, trendbewußt, individualistisch, ...





Marktstudien und Medienberichte zeigen: Die Tube als Getränkeverpackung hat das Potential eine völlig neue Trinkkultur zu schaffen – den „Tuben-Kult“.

Die Vorteile der Tube

Der entscheidende Kaufanreiz im Falle der Tube ist sicherlich die Einzigartigkeit der Verpackung, die einen garantierten Blickfang darstellt.

Darüber hinaus bestehen aber auch eine Reihe funktionaler Argumente warum die Tube anderen Verpackungen vorzuziehen ist:

- Kein Glasbruch
- wiederverschließbar
- Praktisch einzustecken und mitzunehmen
- Reduziertes Risiko der Beimengung von Drogen in Diskotheken, da man den Drink mit auf die Tanzfläche nehmen kann und nicht zurücklassen muss.
- Geringes Gewicht
- Hält lange kühl

AMSTERDAM BANGKOK BEIJING HONGKONG LONDON TOKYO VIENNA

Medien & Presse

In den Gesellschafts- und Trend-Magazinen von TV und Print-Medien ist GO seit Sommer 2004 präsent. Jeder dieser Berichte stellt einen Auftritt mit unbezahlbarer Reichweite dar.

Dieses große Interesse der Medien zeigt: GO ist neu und einzigartig.

Nicht bloß eine weitere langweilige Variation eines altbekannten Produktes, sondern eine revolutionäre Idee die es nie zuvor gegeben hat.





Medien und Konsumenten haben erkannt: GO setzt neue Maßstäbe in der Trinkkultur und hat vor allem in der Partyszene einen Trend ausgelöst, der nicht mehr zu stoppen ist.

Die Highlights:

Österreich	Österreichischer Exportpreis 2006	Juni 2006	Verleihung des österr. Exportpreises 2006 auf dem Exporttag der WKÖ im Austria Center
Kanada	enRoute	Juni 2006	In-flight-Magazin der AirCanada
Österreich	trend Wirtschaftsmagazin	März 2006	
U.K.	GQ-Magazin verleiht den Preis "Mann des Jahres"	Sep. 2005	Mit dabei Pierce Brosnan, Dannii Minogue, Eva Herzigova, Jerry Hall,und GO.
Österreich	Fete Blance	Juli 2005	GO sponsert die VIP-Lounge auf dem Mega-Event
China	Youth Vision	Juni 2005	10 Seiten-Bericht in dem chinesischen Kult-Magazin
Thailand	The Nation	Mai 2005	Englischsprachige Tageszeitung berichtet über GO's Messeauftritt.
London	Paris Hilton Fragrance Launch Party	Mai 2005	Paris stellt ihr neues Parfüm vor und GO löscht den Durst und sorgt für Stimmung.
Singapur	tradebuzz	April 2005	Handelsmagazin
Deutschland	TV-Magazine „Blitz“ auf SAT1 sowie Stern-TV.	2004	Mehr als 60 Minuten Berichterstattung.

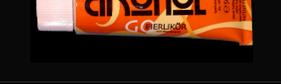
Wo gibt's GO?

GO wird derzeit in mehr als zehn Länder exportiert, darunter Deutschland, Belgien, Niederlande, Luxemburg, Mexiko, Taiwan, Hongkong, Kanada, USA, Finnland, Israel, Australien, Baltische See, ...



Das Sortiment

GO Alko

	GO Wodka Energy	Entfacht das Feuer der Nacht. enthält: Zucker, Wodka, Koffein; 190 ml, 4% Alkohol;
	GO Wodka Lemon	Sei bereit für eine heiße Party mit frischem Geschmack von Zitronen. enthält: Zucker, Wodka, Limonen- und Limettensaft; 190 ml, 4% Alkohol;
	GO Wodka extreme Energy	Halt Dich fest – Diese Tube wirft Dich um! enthält: Zucker, Wodka, Koffein; 190 ml, 10,5% Alkohol;
	GO Wodka extreme Lemon	Sauer & Stark – Ein einzigartiges Geschmackserlebnis enthält: Zucker, Wodka, Limonen- und Limettensaft; 190 ml, 10,5% Alkohol;
	GO Wodka extreme Cranberry	Genieße feinste Preiselbeeren enthält: Zucker, Wodka, Preiselbeersirup; 190 ml, 10,5% Alkohol;
	GO Wodka Strawberry Shot	Auf die Größe kommt es nicht an enthält: Zucker, Wodka, Erdbeermark, Apfelsaft; 50 ml, 11,8% Alkohol;
	GO Eikohol	Altbekanntes in neuer Verpackung Geschmackvoller Eierlikör 50 ml, 16% Alkohol;

GO Non-Alk

	GO Pure Energy	Lädt Körper & Geist wieder auf enthält: Zucker, Koffein, Taurin, Vitamine; 190 ml, kein Alkohol;
	GO Sport isotonic Grapefruit	Praktisch für unterwegs enthält: Orangen-, Zitronen und Grapefruitsaft, Vitamine, Mineralstoffe, Süßstoff; 190 ml, kein Alkohol;

GO wird in Kisten zu je 24 Stück verpackt.

Bei entsprechender Nachfrage werden selbstverständlich auch weitere Geschmacksrichtungen für einzelne Märkte entwickelt und angeboten.

Nochmals in Kürze

- GO ist einzigartig, neu, cool, stylish, trend-setting, mutig, gewagt und ebenso ist dies die GO-Community
- Auch Paris Hilton, Dannii Minogue, oder David Coulthard waren bereits auf Partys mit GO.
- Die Idee stammt von der Firma Wenger aus Klagenfurt.
- Vorteile der Tube: cool & stylish, praktisch weil wiederverschließbar und leicht einzustecken, kein Glasbruch, ...
- GO hat bereits weltweit enorme Medienpräsenz.
- 100+ tägliche Besucher auf der Website von GO (go-more.com)



Kontakt

Wenger Senf Erzeugungs- und HandelsGmbH

Pischeldorferstraße 130, 9020 Klagenfurt, Österreich

Tel.: +43 (0)463 345000

Fax: +43 (0)463 345300

e-mail: office@go-more.com

www.go-more.com