

PRESSEMITTEILUNG

Natürlich gut für deine Gesundheit: hohes C startet neue Kampagne für mehr Markenvertrauen

Nieder-Olm, August 2026 - Mit „Natürlich gut für deine Gesundheit“ schlägt hohes C ein neues Kapitel in seiner Markenkommunikation auf. Die Kampagne bildet den Auftakt für eine mehrjährige Initiative, mit der die Marke Natürlichkeit, Qualität und Vertrauen neu in den Mittelpunkt ihrer Kommunikation stellt. Dahinter steht die Überzeugung, dass Fruchtsaft als natürliches und gesundes Lebensmittel auch heute einen festen Platz in einem modernen Lebensstil hat. Gleichzeitig setzt hohes C damit ein bewusstes Zeichen für die Stärken einer Marke in einem Marktumfeld, das zunehmend von Handelsmarken geprägt wird.

„Fruchtsaft begleitet viele Menschen seit Generationen und ist für sie Teil einer bewussten Ernährung. Mit unserer neuen Kampagne möchten wir seine Natürlichkeit und seinen Platz in einem ausgewogenen Lebensstil wieder stärker in den Fokus rücken. Gleichzeitig zeigen wir, wofür hohes C seit jeher steht: verlässliche Qualität, authentischen Geschmack und eine Marke, der Verbraucher vertrauen. Gerade in einem zunehmend unübersichtlichen Marktumfeld möchten wir Orientierung bieten“, so Guy Tiebackx, Geschäftsführer der Eckes-Granini Deutschland GmbH.

Als Marktführer für Säfte, Nektare und Fruchtsaftgetränke versteht sich Eckes-Granini als treibende Kraft der Kategorie. Mit gezielten Impulsen, relevanten Innovationen und einer starken Markenkommunikation will das Unternehmen die Vorzüge von Fruchtsaft als natürlichem Lebensmittel deutlicher herausstellen und neue Wachstumschancen für die gesamte Kategorie erschließen. Ziel ist es, die Relevanz von Fruchtsaft im Alltag der Verbraucher neu zu beleuchten, bestehende und neue Konsumenten zu begeistern und gleichzeitig den besonderen Mehrwert von hohes C als Marke stärker herauszustellen.

Spielerische Inszenierung, klare Botschaft

Im Mittelpunkt der neuen Kampagne steht ein aufmerksamkeitsstarker TV-Spot, der die Unterschiede zwischen Marken- und Handelsmarkenqualität inszeniert. Die Geschichte wird von liebevoll gestalteten Saftgläsern erzählt, die den besonderen Charakter von hohes C in den Mittelpunkt stellen. Spielerisch und mit einer positiven Tonalität macht der Spot die Werte Natürlichkeit, Qualität und Vertrauen erlebbar, für die hohes C seit Generationen steht.

Natürlichkeit zeigt sich auch in der Machart

Die Kampagne transportiert ihre Botschaft nicht nur inhaltlich, sondern auch durch ihre besondere Machart. Der Film wurde mit aufwendig gefertigten Filzfiguren produziert. Die charakteristische Filzoptik steht sinnbildlich für Natürlichkeit, Handwerk und Authentizität und unterstreicht den Markenkern von hohes C.

Gerade in einer Zeit, in der immer mehr Werbeinhalte künstlich generiert werden, setzt die Marke bewusst auf den gegenteiligen Ansatz: echte Materialien, echte Handarbeit und eine Geschichte, die mit viel Liebe zum Detail gestaltet wurde. Damit transportiert der Film die zentrale Botschaft bereits durch seine Machart: Natürlichkeit ist nicht nur ein Versprechen, sondern wird sichtbar erlebbar.



Herausforderndes Marktumfeld

Dass hohes C seine Markenwerte gerade jetzt so klar in den Mittelpunkt stellt, ist auch eine Antwort auf ein Marktumfeld, das sich spürbar verändert. Während der Pro-Kopf-Verbrauch von Fruchtsäften, Fruchtnektaren und Gemüsesäften seit Jahren rückläufig ist und auch 2025 um 1,5 Liter auf 22,5 Liter zurückging, haben Handelsmarken in der Kategorie mittlerweile einen Marktanteil von 57 Prozent erreicht. Für Eckes-Granini ist dies ein wichtiger Impuls, den Dialog mit Verbrauchern zu intensivieren und die Attraktivität der Kategorie neu in den Fokus zu rücken. Studien zeigen, dass Marken insbesondere dann überzeugen, wenn sie Orientierung bieten und mit Qualität, Sortimentsvielfalt, innovativen Angeboten und relevanten Mehrwerten punkten. Genau hier setzt hohes C mit der neuen Kampagne an. So nennen laut einer aktuellen Untersuchung von Simon-Kucher 72 Prozent der Verbraucher die verlässliche Qualität als Kaufgrund für Markenprodukte. 70 Prozent schätzen ein breites, bedarfsgerechtes Sortiment und 67 Prozent verbinden Marken mit dem Gefühl, sich etwas Gutes zu tun. 57

Prozent nehmen die höhere Innovationskraft von Marken gegenüber Handelsmarken als besonders positiv wahr. Experten sehen deshalb insbesondere emotionale Markenführung und Innovationen mit nachvollziehbarem Mehrwert als entscheidende Hebel, um das Vertrauen in Marken zu stärken.

Große TV-Präsenz zum Kampagnenstart

Die Kampagne ist vom 3. bis 23. August 2026 auf reichweitenstarken TV-Sendern wie RTL, Sat.1, VOX, ProSieben, RTLZWEI, Kabel Eins und DMAX zu sehen. Besondere Aufmerksamkeit erhält die Platzierung in der „Tagesschau Best Minute“ um 19:58 Uhr in der ARD am 4. und 11. August. Ergänzend sorgen digitale und soziale Kanäle für zusätzliche Reichweite und Interaktion.

Begleitend zur Kampagne veröffentlicht hohes C auf Instagram und Facebook verschiedene Making-of-Formate. Sie geben Einblicke in die Entstehung des Films und zeigen, wie das kreative Team die Filzwelt entwickelt und zum Leben erweckt hat.

Aktueller Werbespot: [hohes C - Natürlich gut für deine Gesundheit](#)

Making-of-Spots: [Making-of 1](#), [Making-of 2](#), [Making-of 3](#)

Mehr Infos zu hohes C gibt es unter:

www.hohesc.de

www.instagram.com/hohesc

www.facebook.com/hohesc

Über Eckes-Granini: Eckes-Granini Deutschland ist der führende Markenanbieter für Fruchtsäfte und fruchthaltige Getränke in Deutschland. Mit seinem innovativen Produktportfolio ist das Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel und Außer-Haus-Markt vertreten. Zum Portfolio gehören die Marken granini, hohes C, DIE LIMO, die Sirupmarke YO und die Kindermarke FruchtTiger. Mit Produktionsstandorten in Bröl (Nordrhein-Westfalen), Bad Fallingb. (Niedersachsen) und dem Hauptsitz in Nieder-Olm (Rheinland-Pfalz) ist das Unternehmen Teil der internationalen Eckes-Granini Group, einem der führenden Fruchtsaft- und Fruchtgetränkehersteller Europas. Das Familienunternehmen kämpft aktiv für die wichtigen Nachhaltigkeitsthemen in der Branche und investiert wesentlich in Umwelt- und Klimaschutz. Darüber hinaus unterstützt Eckes-Granini die [Team Rynkeby \(team-rynkeby.de\)](https://team-rynkeby.de) Charity-Radsportinitiative als Partner und Hauptsponsor.

Für weitere Informationen:

Eckes-Granini Deutschland GmbH

Christina Denbrock

Ludwig-Eckes-Platz 1, 55268 Nieder-Olm

E-Mail: presse-deutschland@eckes-granini.com

Klenk & Hoursch AG

Kaiser-Wilhelm-Str. 50 / 20355 Hamburg

Franziska Heberle

E-Mail: franziska.heberle@klenkhoursch.de

Herstelleranschrift

Eckes-Granini Deutschland GmbH, 55266 Nieder-Olm

Telefon: 0 61 36 / 35 - 04, Telefax: 0 61 36 / 35 -14 00

www.hohesc.de