

PRESSEMITTEILUNG

hohes C Vitamin Water startet On-Pack-Promotion mit komoot

Nieder-Olm, Juni 2026 – Bewegung, Natur und smarter Lifestyle: Mit einer reichweitenstarken On-Pack-Promotion geht hohes C Vitamin Water ab Juni 2026 eine strategische Kooperation mit der Outdoor-App komoot ein. Ziel ist es, gesundheitsbewusste Konsumentinnen und Konsumenten direkt am Point of Sale für aktive Erlebnisse zu begeistern – und gleichzeitig die Marke emotional im Alltag zu verankern. Die Kooperation startet damit genau zur richtigen Zeit zum Beginn des Sommers und lädt dazu ein, die Ferienzeit aktiv in der Natur zu gestalten.

Starke Reichweite trifft relevante Zielgruppe

komoot zählt mit über 50 Millionen Nutzerinnen und Nutzern zu den führenden Outdoor-Plattformen in Europa. In Deutschland nutzt bereits jede vierte Person aktiv die App, um Aktivitäten wie Wandern, Radfahren oder Laufen zu planen und zu navigieren.

Damit trifft die Kooperation exakt die Zielgruppe von hohes C Vitamin Water: aktive, gesundheitsbewusste Konsumentinnen und Konsumenten, die im Schnitt mehr als zwei Sportarten ausüben und digitale Begleiter bewusst in ihren Alltag integrieren.

Mehrwert direkt auf der Flasche

Kern der On-Pack-Promotion ist ein klar kommunizierter, unmittelbarer Mehrwert: Beim Kauf einer hohes C Vitamin Water Flasche erhalten Konsumentinnen und Konsumenten Zugang zu komoot Premium für zwei Monate – ein digitales Erlebnis mit erweiterten Funktionen rund um Planung, Navigation und Tourenempfehlungen.

Die Aktivierung erfolgt einfach und niedrigschwellig:

1. Flasche kaufen
2. Code im Deckel eingeben
3. 60 Tage Premium-Funktionalität freischalten (im Wert von 40 Euro)

Diese Direct-to-Consumer-Mechanik verbindet Produktkauf und Nutzungserlebnis nahtlos und verlängert die Markeninteraktion weit über den Kaufmoment hinaus.

Die Aktion läuft über sechs Monate: Sie startet im Juni und endet am 31. Dezember 2026.

Es gelten die jeweiligen Teilnahmebedingungen.

Hydrate. Go. Explore.

Die Kooperation zielt gezielt auf die Markenpositionierung von hohes C Vitamin Water ein: Hydration wird als integraler Bestandteil eines aktiven Lebensstils inszeniert – nicht nur funktional, sondern erlebnisorientiert.

Gleichzeitig profitiert komoot von zusätzlicher Sichtbarkeit im Lebensmitteleinzelhandel und im Umfeld von Impulskäufen. Die Integration in den Alltag der Verbraucherinnen und Verbraucher wird so verstärkt.

„komoot's Mission ist es, Menschen hinaus in die Natur zu bringen. hohes C Vitamin Water spricht genau die Zielgruppe an, die einen aktiven Lebensstil lebt, das macht diese Kooperation so stimmig. Wir freuen uns, dass wir gemeinsam Millionen von Naturbegeisterten direkt erreichen und ihnen zeigen können, was mit komoot Premium alles möglich ist“, so Eva Kuprella, Head of Marketing bei komoot.

On-Pack als wirksamer Aktivierungskanal

Die Promotion zeigt eindrucksvoll, wie On-Pack-Kommunikation als performance-starker Touchpoint genutzt werden kann:

- Hohe Sichtbarkeit direkt am POS
- Klarer Mehrwert statt klassischer Gewinnmechanik
- Direkte Aktivierung ohne Medienbruch
- Langfristige Markenbindung durch Nutzungserlebnis

Mit der Verbindung aus FMCG-Produkt und digitalem Service setzt hohes C Vitamin Water ein Zeichen für die Weiterentwicklung klassischer Promotions: Weg vom kurzfristigen Abverkaufsimpuls – hin zu relevanten, nutzenstiftenden Consumer Experiences. Die Kampagne adressiert damit einen zentralen Trend im Marketing: Marken müssen Teil des Lebensstils ihrer Zielgruppe werden – nicht nur Begleiter im Regal.

Weitere Informationen gibt es auf hohesc.de/komoot.

Mehr Infos zu hohes C gibt es unter:

www.hohesc.de

www.instagram.com/hohesc

www.facebook.com/hohesc

Über Eckes-Granini: Die Eckes-Granini Deutschland GmbH gehört zu den führenden Markenartiklern im Bereich der Fruchtsäfte und fruchthaltigen Getränke und ist mit einem innovativen Produktportfolio im Lebensmitteleinzelhandel und Außer-Haus-Markt vertreten. Die Top-Marken hohes C, granini und Die Limo stehen für Vielfalt, Qualität, Genuss und Gesundheit. Das umfangreiche Markenportfolio umfasst auch die Sirupmarke YO und die Kindermarke FruchtTiger. Mit 520 Beschäftigten an den Produktionsstandorten Bröl (Nordrhein-Westfalen), Bad Fallingbommel (Niedersachsen) und dem Hauptsitz in Nieder-Olm (Rheinland-Pfalz) ist Eckes-Granini ein dynamisches und unabhängiges Familienunternehmen, das aktiv für die wichtigen Nachhaltigkeitsthemen in der Branche kämpft und wesentlich in Umwelt- und Klimaschutz investiert. Darüber hinaus unterstützt Eckes-Granini die [Team Rynkeby \(team-rynkeby.de\)](https://team-rynkeby.de) Charity-Radsportinitiative als Partner und Hauptsponsor und engagiert sich mit einem eigenen Team.

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