



PRESSEMITTEILUNG

Tongeren-Borgloon, 7. Oktober 2025

KANZI® präsentiert neue Markenidentität und Kampagne zum Start der neuen Ernte in Europa

Mit Beginn der neuen europäischen Apfelsaison schlägt KANZI® ein spannendes neues Kapitel auf. Auf der Fruit Attraction in Madrid stellte die Marke ihre überarbeitete Identität vor und lancierte die Kampagne Power To Go!, ein energiegeladenes Konzept, das die Sichtbarkeit und das Engagement auf globalen Märkten steigern soll.

Große Banner mit der neuen Kampagne schmückten die Eingänge zu den Hallen, in denen KANZI®'s internationale Partner ausstellten, ein kraftvolles Statement an die globale Frischwaren-Community.



Hervorragende Fruchtqualität als Grundlage

Die Ernte 2025 trifft nun in den Geschäften in ganz Europa ein. Dank günstiger Wachstumsbedingungen berichten KANZI®-Erzeuger von ausgezeichneter Fruchtqualität, sowohl geschmacklich als auch optisch, und stärken damit die Position von KANZI® als bevorzugte Sorte bei Verbrauchern und Einzelhändlern.



Die europäischen KANZI®-Erzeugergenossenschaften blicken optimistisch auf die Saison und sind überzeugt von der Stärke des Konzepts sowie der anhaltenden Attraktivität der Marke in einem wettbewerbsintensiven Markt.

Markenstärke als Wachstumstreiber

In einem Umfeld mit stabiler Apfelkonsumrate und zunehmendem Wettbewerb spielt eine starke Marke wie KANZI® eine entscheidende Rolle, um die Aufmerksamkeit der Verbraucher zu gewinnen und das Wachstum der Kategorie voranzutreiben.

Seit über 20 Jahren ist KANZI® ein Highlight im Apfelregal – bekannt für seinen süß-säuerlichen, saftigen Geschmack und unterstützt durch konsistente Markenpositionierung, wirkungsvolle Werbung und strategische Einzelhandelspartnerschaften.

Starke Verpackung und Kampagnenaktivierung

Das neue Verpackungsdesign ist mutig, ikonisch und darauf ausgelegt, den großartigen Geschmack von KANZI® zu kommunizieren und im Regal hervorstechen. Es verkörpert visuell das Markenversprechen: ein erfrischender Apfel, der Verbraucher mit der „Power of Great Taste“ durch den Tag begleitet.



EFC, der exklusive globale Lizenzinhaber von KANZI®, erklärt:

„In einer Welt, die niemals stillsteht, ist ein zusätzlicher Energieschub alles. Genau das liefert die neue KANZI®-Kampagne: starke Präsenz, starkes Design, starke Verpackung und starke Aktivierungen. Für energiegeladene Verbraucher und den Extra-Kick am Point of Sale. Das bedeutet mehr Sichtbarkeit, mehr Begeisterung und mehr Wirkung im Obstregal.“

Kommunikation und Aktivierung in Europa

In dieser Saison wird KANZI® weiterhin emotionale Verbindungen zu den Verbrauchern aufbauen – mit einer umfassenden paneuropäischen Kampagne. Zu den zentralen Elementen gehören digitale Werbung, eine überarbeitete Website und energiegeladene Inhalte für soziale Medien.

Eine neue digitale Plattform lädt Verbraucher dazu ein, persönliche Ziele zu teilen, die sie lange aufgeschoben haben, aus Mangel an Energie, Mut oder Gelegenheit. Die



inspirierendsten Einsendungen werden mit Geldpreisen belohnt und unterstreichen die ermutigende Botschaft der Kampagne.

Auf Länderebene setzen KANZI®-Marketingteams in ganz Europa 360-Grad-Kampagnen um, die auf die Besonderheiten der jeweiligen Märkte zugeschnitten sind. Diese Aktivierungen umfassen eine vielfältige Mischung aus Medien- und Engagementstrategien – darunter Radio- und TV-Werbung, Außenwerbung, Event-Sponsoring, Verkostungen im Handel und gezielte Einzelhandelskommunikation – alles mit dem Ziel, maximale Verbraucherwirkung und Sichtbarkeit an jedem Kontaktpunkt zu erzielen.

*Hinweis für Redaktionen, nicht zur Veröffentlichung:
EFC CV ist der Sortenmanager von KANZI®. EFC besitzt die exklusiven globalen Lizenzrechte für KANZI®. Der Sortenname von KANZI® ist Nicoter (cov)/Nicoled (cov).
www.efcfruit.com*