

Pressemeldung MARKE- LATTESSO

## **Kaffeegenuss hat eine neue Dimension**

### **LATTESSO ist der erste 100% natürliche Coffee-to-go nach Schweizer Art**

Zürich, 21. März - Aus Latte und Espresso wird jetzt LATTESSO. Dieses neue Kaffeegetränk verbindet das Beste aus der Schweizer Genussskultur zu einem neuen Getränk mit Lifestyle-Dimensionen. Erich Kienle, Ideengeber und Geschäftsführer der Innoprax AG, Meggen/Luzern, bringt nach dem Milchshake-Getränk Shakeria jetzt einen völlig neuartigen Coffee-to-go in den Markt. Damit will er Kaffeegetränken weitere Impulse für dynamisches Wachstum geben: "Als Angestellter in einem Konzern konnte ich 2004 mit einem Produkt die Basis für eisgekühlten Kaffee schaffen." Inzwischen werden europaweit jährlich 350 mio. Becher unterschiedlicher Hersteller verkauft. Im Gegensatz zu herkömmlichen Kaffeegetränken setzt er konsequent auf Qualität und Natürlichkeit. "Der Markt ist reif. Konsumenten wollen mehr Authentizität. Das bietet LATTESSO. Die Schweizer Qualität reicht von der Schweizer Milch über Schweizer Kaffeetechnologie bis zu Schweizer Schokolade." Deshalb arbeitet Kienle nur mit Partnern zusammen, die seine Vorstellung von handwerklicher Tradition und Klasse kompromisslos erfüllen.

### **Marke für Lifestyle und Genuss**

Während herkömmliche Kaffeegetränke nach industriellen Vorstellungen produziert werden, setzen Kienle und seine Partner auf die intelligente Verbindung von modernem technischem Know-how mit Wissen und Erfahrung, das sich bewusst auf handwerkliche Traditionen besinnt.

Der neue Markenname LATTESSO ist ein starker und erklärender Produktname, aus Latte und Espresso. LATTESSO ist die Botschaft mit dem verführerischen Klang und appelliert beim Verbraucher sofort an die richtige Vorstellung: Er erwartet ein Kaffeegetränk.

Gestaltungselement der Marke ist der harmonische Farbcode in weichen Nuancen von Milch und Kaffee. Die Kaffeebohne als Markensymbol zeigt den Bohnenspalt als gestaltetes Doppelprofil mit dem Gesicht von Frau und Mann. Damit wird auf kreative Art signalisiert, dass LATTESSO ein Coffee-to-go für Frauen und Männer ist. Durch den leuchtenden Kupferon wird nicht nur die Exklusivität der Marke unterstrichen, sondern auch die Wirkung im Regal signifikant erhöht.

Die insgesamt klar gestaltete weißgrundige Verpackung überzeugt nicht nur durch ihre Optik. Sie schmeichelt durch Oberfläche und Form auch der Hand und lässt sich gut umfassen.

Eine Weltneuheit ist der Trinkdeckel. Er lässt sich einfach öffnen und sorgt für einen hygienischen Schutz des Trinkbereiches.

LATTESSO ist der erste Coffee-to-go mit einem Deckel für "one action opening".

### **LATTESSO Lungo für mobile Frühstück**

LATTESSO gibt es in den drei Geschmacksrichtungen Espresso, Macchiato und Cappuccino in der klassischen Portion mit 250 ml. Doch die Ernährungsstile ändern sich. Inzwischen wird das Frühstück als erste Mahlzeit des Tages auf dem Weg zum Arbeitsplatz eingenommen. Für mobile Frühstück gibt es jetzt den LATTESSO Lungo in einer Portion mit 350 ml Inhalt. Diese Portionsgröße reicht für das erste Frühstück. Der Coffee-to-go ist also der erste genussvolle Kick für den Start in einen guten Tag.

### **Bezugsquellen für den neuen Coffee-to-go schweizweit**

Ab sofort ist LATTESSO schweizweit erhältlich. "Ab April stehen wir national und international an ca. 5.000 Verkaufsstellen im Kühlregal. Dazu gehören die Tankstellen von Shell, Total, Esso, OMV, BP und ENI-Agip", freut sich Kienle. Im Rahmen seiner Multichannel-Strategie werden in den kommenden Wochen weitere Vertriebskanäle erschlossen.

### **Pressekontakt:**

Stefani Pardo

041 210 00 19

[Stefani.pardo@innoprax.ch](mailto:Stefani.pardo@innoprax.ch)

Zürich, 21. März 2013