Artikel vom 17.06.2024 · Ausgedruckt am 17.11.2026, 20:17 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/german-brand-award-fuer-sanlucar-und-birne-xeniar

German Brand Award für SanLucar und Birne Xenia®



Foto: SanLucar

SanLucar hat den German Brand Award 2024 als Excellent Brand in der Kategorie „Fast Moving Consumer Goods“ und eine besondere Erwähnung in der Kategorie „Brand Innovation of the Year“ gewonnen! Am 13. Juni wurde der German Brand Award in Berlin im Rahmen einer festlichen Gala verliehen. Dieses Jahr hatten sich 1300 Marken aus 19 Ländern beworben, um die begehrte Auszeichnung zu erhalten.

SanLucar wurde gleich in zwei Kategorien ausgezeichnet. Die Begründung der Jury: „SanLucar ist es gelungen, mit seiner authentischen Markenbotschaft „Taste the SUN“ eine emotionale Bindung aufzubauen. Die Kombination aus höchster Qualität, einem starken Engagement für soziale und ökologische Projekte sowie einer gekonnten Inszenierung am Point of Sale zeigt eine vorbildliche Markenführung“. Armin Rehberg, SanLucar Geschäftsführer und Nuria Pizán, SanLucar Brand und Creative Director waren in Berlin und haben den Preis, einen eleganten Glas-Quader, entgegengenommen.

Die neue **Birnen-Marke Xenia©** hat bei der Verleihung des renommierten German Brand Award in Berlin in der Kategorie „Fast Moving Consumer Goods“ abgeräumt.

Ab heute ist die Xenia© Birne nicht nur ausgezeichnet lecker, sondern auch für ihr unkonventionelles Marketing mit der Auszeichnung „Winner“ in der Kategorie „Fast Moving Consumer Goods“ prämiert. Bei der Vergabe des German Brand Awards in Berlin konnte sich die neue Birnen-Marke gegen starke Konkurrenten aus der Food-Branche durchsetzen. Damit ist die Birne das erste Obst, das jemals für sein Marketing bei dem Award gewürdigt wurde.

Xenia® zielt darauf ab, gesundes, regionales Obst für neue Zielgruppen wie die Gen Z und junge urbane Familien attraktiver zu machen – und so die gesamte Obst-Kategorie zu stärken. Unter dem Kampagnen-Spruch „Birn mal dein Hirn!” überrascht die Birne auf Social Media und bei Plakatkampagnen mit unbequemen Wahrheiten und weist darauf hin, warum es oft schlauer ist, zu einer Birne als zu Süßigkeiten zu greifen.

Quelle: SanLucar und DOSK