

MARKE DES MONATS: PEAK PUNK

No bullshit



VON STEFAN VOGLER

Ein Blick auf die Zutatenliste der Peak Punk Kraftriegel zeigt, der Claim «No bullshit inside» ist kein leeres Versprechen. Und im Konkurrenzvergleich wird klar, warum auch das Label «100 % Nature Ingredients» passt. Während Peak Punk nicht weniger als sieben Produktmerkmale für sich behaupten kann – von Gluten frei,

Laktose frei, Vegan, Organic Bio über keine Süssungsmittel und E-Stoffe bis zu kein Palmfett – gibt es gerade mal einen kompetitiven Riegel, der auch Laktose frei und Vegan ist und einen, der auch keine E-Stoffe beinhaltet. Somit verfügt die Marke über zeitgemässe USPs. Sie entsprechen den Ernährungsbedürfnissen der aktiven, gesundheitsbewussten, Sport treibenden Bevölkerung und jenen, die auch als Büromuffel hin und wieder einen feinen Energie-Kick brauchen. Doch bei allen rational-funktionalen Argumenten, die für die Energy Produkte sprechen, gilt auch für Peak Punk: «A product is something made in a factory; a brand is something that is bought by the customer. A product can be copied by a competitor; a brand is unique. A product can be quickly outdated; a successful brand is timeless.»



Seit Thomas Künzler und Roger Wehrli ihren Startup, die Fruver AG 2017 gründeten, haben sie diese alte Marketingweisheit von Stephen King erfolgreich beherzigt. Nachdem ihre lifestylog andersartig positionierte Marke Peak Punk in der Schweiz schon vielen Fans einen «Kick in the Ass» verleiht, sind sie voller Energie aufgebrochen, Europa zu erobern. Good luck! ■

Stefan Vogler berichtet über die Markenführung von grossen und kleinen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marken.
WWW.MARKENEXPERTE.CH