



Medienmitteilung

Rubrik: GASTRONOMIE / ESSEN & TRINKEN / MARKETING / LIFESTYLE / LANDWIRTSCHAFT / ERNÄHRUNG
Anlass: RAMSEIER Zisch – natürlich, leicht, nachhaltig und heimatlich
Datum: 12. Mai 2017
Aufhänger: Natürliche, leichte Getränke erobern den Getränkemarkt / Swissness ist beliebter denn je / Das neue RAMSEIER Zisch ist ab Mitte Mai erhältlich / RAMSEIER Zisch mit Label Hochstamm Schweiz
Link: www.ramseier.ch, www.ramseier-suisse.ch

12.05.2017 – for immediate release

Natürlicher Durstlöscher aus Äpfeln von Hochstammbäumen

RAMSEIER Suisse AG lanciert RAMSEIER «Zisch»

Die führende Produzentin von Obst- und Fruchtsaftgetränken, die RAMSEIER Suisse AG, lanciert auf Mitte Mai RAMSEIER Zisch. Die Rezeptur aus 30% Apfelsaft mit Äpfeln von Hochstammbäumen und 70% Sprudelwasser ist erfrischend im Geschmack und soll den Durst auf leichte und natürliche Art löschen. Das Produkt ist ab Mitte Mai 2017 im Schweizer Getränkehandel sowie bei Coop und Spar im 50cl PET 6er-Pack oder einzeln erhältlich.



Bewusste Ernährung wird immer wichtiger. Die Nachfrage nach natürlichen, leichten Getränken liegen im Trend, das bestätigen Marktzahlen des Forschungsinstituts Nielsen. Die RAMSEIER Suisse AG will mit dem neuen RAMSEIER Zisch dem steigenden Konsumentenbedürfnis nach verdünnten Obst- und Fruchtsäften nachkommen. RAMSEIER Zisch enthält einen Saftanteil von 30% reinem Schweizer Apfelsaft mit Äpfeln von Hochstammbäumen. «Gemischt mit 70% Sprudelwasser und frei von künstlichen Konservierungsmitteln sowie Industriezucker, ist RAMSEIER Zisch ein erfrischender, natürlicher Durstlöscher», so RAMSEIER Suisse AG-CEO Christian Consoni.

Swissness ist beliebter denn je

Mit jährlich bis zu 70'000 Tonnen ist die RAMSEIER Suisse AG der grösste Abnehmer von Schweizer Mostobst. Sämtliche RAMSEIER Produkte stellt das Schweizer Traditionsunternehmen mit mindestens 50% Hochstamm-Mostobst her. Auch das neue RAMSEIER Zisch besteht aus gepressten Schweizer Äpfeln von Hochstammbäumen. Damit setzt RAMSEIER Suisse AG ihr Engagement für die Erhaltung von Hochstamm-Obstbäumen als Teil der Schweizer Kulturlandschaft fort. 1950 gab es in der Schweiz rund 15 Millionen Hochstammbäume. Die Zahlen sind bis heute markant zurückgegangen. Hochstamm-Suisse, ein Verein, in dem sich Obstproduzenten und -verarbeiter mit Umweltverbänden und landwirtschaftlichen Organisationen für die Erhaltung und Förderung der Hochstammobstgärten einsetzen, schätzt, dass es in der Schweiz aktuell rund 2.3 Millionen Hochstammbäume gibt, über 80% weniger als vor 50 Jahren. «Wir freuen uns, ein weiteres Produkt zu lancieren, mit dessen Vertrieb wir das Kulturland Schweiz weiter unterstützen können

und der Nachfrage nach nachhaltigen, heimatlichen Produkten nachkommen können», so Consoni zur Neulancierung. Mit RAMSEIER Zisch will das Unternehmen aktiv dazu beitragen, dass die Hochstamm-Obstbäume als Teil der Schweizer Kulturlandschaft wie auch die Obstvielfalt erhalten bleiben. «Mit dem Rückgang der Hochstammbäume verschwindet nicht nur der Lebensraum für viele Tiere, sondern auch die Sortenvielfalt von Schweizer Obst und Früchten. Und auch das Landschaftsbild verändert sich massiv, dem wollen wir entgegenwirken», so Consoni.



+++

Die RAMSEIER Suisse AG ist die führende Produzentin von Obst- und Fruchtsaftgetränken mit Produktionsstandorten in Sursee, Hochdorf und Elm. Die RAMSEIER Suisse AG führt die drei Marken RAMSEIER, SINALCO und ELMER. Daneben produziert die RAMSEIER Suisse AG diverse Getränke für den Schweizer Detailhandel sowie im Auftrag internationaler Grosskonzerne. Heute beschäftigt die RAMSEIER Suisse AG in der ganzen Schweiz rund 230 Mitarbeitende.

www.ramseier-suisse.ch / www.ramseier.ch / www.sinalco.ch / www.elmercitro.ch

+++

Auskunft zur RAMSEIER Suisse AG erteilt:

Jürg Emmenegger
Leiter Marketing & Verkauf
RAMSEIER Suisse AG, Sursee
Telefon: +41 58 434 44 30
juerg.emmenegger@ramseier.ch

Pressestelle der RAMSEIER Suisse AG:

Somera Boesch
Leiterin Kommunikation
BLOFELD Communication GmbH, Zürich
Telefon: +41 44 245 40 10
somera.boesch@blofeld.ch