NACHRICHTEN AG

07. Mai 2025

Frankfurt erobert mit 'Brennstoff' die Kioske der Stadt!

Junus Khaliq bringt 2025 die neue Weißweinschorle „Brennstoff“ in Frankfurts Kultkiosken Gudes und Yok Yok auf den Markt.

Frankfurt am Main, Deutschland - Junus Khaliq, ein innovativer Winzer und Geschäftsführer von **Vinum Voyage**, hat mit seiner neuen Weißweinschorle „Brennstoff“ frischen Wind in die Frankfurter Getränkeszene gebracht. Die Schorle wurde Anfang April 2025 eingeführt und ist exklusiv in den bekannten Kiosken Gudes und Yok Yok sowie bei speziellen Events erhältlich. Diese Kioske wurden bewusst gewählt, da sie als Teil der urbanen Kultur Frankfurts gelten und somit die Zielgruppe ansprechen, die moderne und trendige Getränke sucht.

„Brennstoff“ hat einen Alkoholgehalt von 5,5% und wird im Verhältnis 50/50 aus sortenreinem Riesling und Wasser gemischt. Der verwendete Wein stammt von einem kleinen Anbau in Flörsheim-Wicker, der manuell bewirtschaftet wird. Khaliq erinnert sich, dass der Name „Brennstoff“ von einem Spruch eines Freundes inspiriert wurde, was der Schorle eine persönliche Note verleiht. Der Marketingansatz zielt darauf ab, das veraltete Image weinhaltiger Mischgetränke zu revitalisieren und neu zu positionieren.

Innovative Marketingstrategien

Die Vermarktung von „Brennstoff“ erfolgt direkt in den Kultkiosken, während zukünftige Pläne die Einführung eines eigenen Onlineshops oder Lieferservices umfassen. Die Idee zur Schorle entstand zunächst als humorvolle Anspielung und hat sich nun zu einem ernsthaften Produkt entwickelt, das sich speziell an ein jüngeres Publikum richtet, das an Weinevents, Afterwork-Partys und ähnlichen Anlässen interessiert ist.

Die Agentur **Vinum Voyage** bietet nicht nur die Schorle an, sondern organisiert auch exklusive Weinwanderungen und Verkostungen im Rhein-Main-Gebiet. Diese Veranstaltungen richten sich sowohl an Unternehmen als auch an private Feiern. Das Unternehmen arbeitet eng mit verschiedenen Weingütern und Cateringfirmen zusammen, um maßgeschneiderte Weinerlebnisse zu schaffen.

Aktuelle Trends im Weinmarkt

In einem breiteren Kontext zeigt eine Umfrage der Marketing- und Kommunikationsberatungsagentur Hopscotch Sopexa, dass 50% der Fachleute im Weinmarkt eine Stagnation erwarten. Dennoch gibt es positive Tendenzen: 28% der kleineren Marktteilnehmer glauben an ein Umsatzwachstum. Die Studie wurde zwischen September und November 2023 durchgeführt und umfasst 957 Fachleute, die mit internationalen Weinsortimenten arbeiten.

Ein bedeutsamer Trend sind neue Weinangebote mit geringem Alkoholgehalt. Dies steht im Einklang mit der Strategie von Khaliq, da „Brennstoff“ mit seinem moderaten Alkoholgehalt gut in dieses aufkommende Segment passt. Über 80% der Fachleute betonen die Bedeutung von Authentizität als Verkaufsargument, was die wachsende Beliebtheit von Neuinterpretationen klassischer Produkte wie der Weißweinschorle unterstützt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass „Brennstoff“ nicht nur ein frischer Wind für Frankfurts Kioske darstellt, sondern auch Teil einer größeren Bewegung ist, die klassischen Weinprodukten eine zeitgemäße und zugängliche Form gibt, perfekt angepasst an die sich verändernden Anforderungen der Konsumenten.

Details	
Ort	Frankfurt am Main, Deutschland
Quellen	• **www.op-online.de** • **www.vinum-voyage.com** • **weinbeobachter.com**

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de