

Gönrғы expandiert: Zucker-Varianten starten heute - die neuen Geschmäcker!

Gönrғы expandiert am 5. Juni 2025 mit zuckerhaltigen Energy-Drinks. Marktanteil von 2,4%, neue Geschmäcker ab REWE.



Deutschland - Gönrғы, der Energy-Drink des beliebten Influencers MontanaBlack, hat in kurzer Zeit beachtliche Erfolge erzielt. Mit über 58 Millionen verkauften Einheiten seit dem Markteintritt vor zwei Jahren hat das Unternehmen kürzlich einen Marktanteil von 2,4 Prozent erreicht. Dies bringt Gönrғы auf den vierten Platz unter den Energy-Drink-Marken in Deutschland, wie von Nielsen berichtet wird. Nun setzt das Unternehmen auf eine strategische Expansion und bringt am 5. Juni 2025 zuckerhaltige Varianten auf den Markt, um ein größeres Segment im stark umkämpften Markt der Energy-Drinks zu erschließen.

Die neuen Geschmacksrichtungen des zuckerhaltigen Gönrғы

sind Mango Slam, Paradise Punch und Kaktus Kick, die alle auch in einer zuckerfreien Version erhältlich sind. Ab sofort sind die neuen Varianten bei großen Einzelhändlern wie REWE, Kaufland und EDEKA erhältlich, weitere Vertriebspartner wie Globus, Famila und HIT! folgen bald.

Strategische Erweiterungen und Marketing

Gönrgy hat zudem im Zero-Segment einen Marktanteil von 11,6 Prozent, welcher in einem Markt, der derzeit von zuckerhaltigen Getränken dominiert wird, beachtlich ist. Um die Sichtbarkeit der Marke zu erhöhen, plant Gönrgy eine umfangreiche Marketing-Offensive. Dazu zählt unter anderem die nationale TV- und Out-of-Home-Kampagne, die im Juli 2025 mit einem Brutto-Media-Volumen von über 2 Millionen Euro startet. Ein Highlight war das XMAS-Event 2.0 im Dezember 2024, das als der meistgesehene deutsche Twitch-Stream des Jahres mit 1,53 Millionen Zuschauern gilt.

MontanaBlack, der mit seinem Merch-Shop und seinen über 20 Millionen Followern auf verschiedenen Plattformen bekannt ist, sieht in der Expansion ins Energy-Drink-Business einen wichtigen Schritt zur Weiterentwicklung seiner Marke. Für den Launch von Gönrgy reiste der Influencer sogar mit einem Helikopter nach Frankfurt, die Kosten hierfür betrugen 8.000 Euro.

Wachstumsfaktoren im Energy-Drink-Markt

Laut **Mordor Intelligence** wird der Energy-Drink-Markt von mehreren Faktoren angetrieben. Die jährliche Wachstumsrate (CAGR) beträgt etwa 8,51 Prozent, und der Marktwert wird 2023 auf 60,78 Milliarden US-Dollar geschätzt. Eine steigende Urbanisierung, ein wachsendes Bewusstsein für Gesundheit und die Suche nach gesünderen Getränken treiben die Nachfrage an. Insbesondere die Beliebtheit von zuckerfreien Produkten und der Fokus auf die Fitness-Community spielen eine wichtige Rolle.

Große Akteure im Markt sind Unternehmen wie Red Bull, PepsiCo und Monster Beverage. Gönrge positioniert sich gezielt auch gegen diese etablierten Marken und zielt dabei auf die jüngeren Generationen ab, die zunehmend nach neuen und gesunden Alternativen suchen.

In einem Markt, der von innovativen Geschmäckern und Marketingstrategien geprägt ist, bleibt abzuwarten, wie sich Gönrge in den kommenden Monaten behaupten kann. Die Einführung der zuckerhaltigen Varianten könnte eine entscheidende Rolle dabei spielen, die Marktanteile weiter auszubauen und die Marke noch bekannter zu machen.

Details	
Ort	Deutschland
Quellen	• www.ots.at • energy-test.de • www.mordorintelligence.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at