

Opgave 1

PERSBERICHT

Grolsch introduceert wereldwijd nieuwe groene Grolsch fles

- Grolsch 'pijpe' in lijn met beugel -

Grolsch introduceert in het eerste kwartaal van 2007 een nieuwe exclusieve groene Grolsch fles. Thuismarkt Nederland krijgt in februari de primeur met een nieuwe groene statiegeldfles en de internationale markten van Grolsch volgen direct daarna. Bierbrouwer Grolsch wil zich met de nieuwe fles nadrukkelijker onderscheiden op de biermarkt. De introductie sluit aan bij de missie van Grolsch om de homogeniteit in de categorie te doorbreken en de premium status van Grolsch te benadrukken.

De nieuwe fles heeft een verticaal Grolsch reliëf op beide zijden en draagt uitsluitend een halsetiket. Door de afgeplatte zijkanten ligt de fles heel prettig in de hand. Het ontwerp van de fles sluit uitstekend aan bij de internationaal beroemde Grolsch beugel. Het is een broertje van de beugelfles, maar met een kroonkurk.

Enschede, 15 december 2006

*Advertentie, **Tukkersbode** (20 januari 2007)*



Een oude bekende in een nieuwe verpakking, **Grolsch**.

- 1p 1 Tot welk onderdeel van de marketingmix behoort de nieuwe groene Grolsch fles?

In het persbericht worden twee materiële eigenschappen van de fles genoemd: de afgeplatte zijkant en de kroonkurk. Daarnaast wordt er ook nog één immateriële eigenschap genoemd van het product bier van Grolsch.

- 1p 2 Noem deze immateriële eigenschap van het product bier van Grolsch.

Op 20 januari 2007 plaatste Grolsch bovenstaande advertentie in de *Tukkersbode*.

- 2p 3 Is deze advertentie een voorbeeld van collectieve of van individuele reclame? Verklaar het antwoord.