



## Presseinformation

### **Homann Oh mann!**

### **HOMANN wird 150 Jahre und feiert großes Markenjubiläum**

(Osnabrück, Februar 2026) Homann Oh mann! HOMANN wird 150. Seit eineinhalb Jahrhunderten steht die Marke für Genuss: ehrlich, herhaft und immer mit dem gewissen Etwas. Ein Jubiläum, das zeigt, wie lange HOMANN schon im Alltag der Menschen verwurzelt ist, zwischen Kiel und Konstanz und von Dresden bis Düsseldorf. „HOMANN steht seit Generationen für feinköstlichen Genuss“, sagt Manja Behrens, Marketing Managerin bei Signature Foods. „Auch wenn heute viele Menschen mit dem Begriff Feinkost gar nicht mehr so viel anfangen können – sobald es um Fleischsalat, Eiersalat, Kartoffelsalat oder Nudelsalat geht, weiß spätestens jeder, was damit gemeint ist. Und deshalb kommen wir auch in den meisten Haushalten in Deutschland regelmäßig auf den Tisch und sind natürlich treuer Begleiter jeder Grillparty.“

Damals wie heute – das Ziel von HOMANN war es schon immer, seiner Zeit voraus zu sein und den Markt mit dem richtigen Mix aus Klassikern und neuen Varianten zu prägen. Und das gelingt der Marke seit Jahrzehnten, mit sorgfältig, aus den besten Zutaten hergestellten Produkten, gemacht für echten Genuss.

#### **150-jährige Historie**

Die Geschichte von HOMANN beginnt im Jahr 1876, als Fritz Homann eine Fabrik für westfälische Fleisch- und Wurstwaren am Teutoburger Wald gründete, geprägt von handwerklicher Sorgfalt und einem außergewöhnlichen Qualitätsverständnis. Ein weiterer großer Meilenstein folgte 1956, als HOMANN als erster Hersteller in Deutschland die industrielle Produktion von Fleischsalat aufnahm und mit diesem Innovationsgeist stetig voranging. In den folgenden Jahrzehnten entwickelte sich die Marke kontinuierlich weiter und wurde unter anderem Marktführer bei Kartoffel- und Nudelsalaten. Ein Erfolg, der HOMANN, eine der bekanntesten Einzelmarken Deutschlands, bis heute auszeichnet und zeigt, wie aus Tradition und Innovationsfreude Großes entstehen kann.

#### **Zahlreiche Aktionen im Jubiläumsjahr**

Im Jubiläumsjahr 2026 feiert HOMANN diese besondere Geschichte mit zahlreichen Aktionen rund um das 150-jährige Bestehen. Ein Highlight wird das große Jubiläumsgewinnspiel ab Mai sein, bei dem sich Konsumentinnen und Konsumenten jeden Tag auf tolle Preise freuen dürfen. Darüber



hinaus wird die erfolgreiche „Homann Oh mann“-Kampagne fortgeführt und weiter emotionalisiert, um Genuss, Lebensfreude und Alltagstauglichkeit erlebbar zu machen. Gleichzeitig stehen neue Produkte in den Startlöchern, die zeigen, dass sich HOMANN auch nach 150 Jahren immer wieder neu erfinden kann. So bleibt HOMANN auch 2026 und in den nächsten 150 Jahren das, was die Marke schon immer war: Taktgeber des Markts und täglicher Begleiter der Menschen – beim Grillen mit Freunden, im Büro, beim Snacken zwischendurch oder beim herzhaften Genuss am Abend.

Weitere Informationen sind auch im Internet abrufbar, unter [www.homann-salate.de](http://www.homann-salate.de).

#### Pressekontakt

Deutscher Pressestern®  
Bierstadter Str. 9 a  
65189 Wiesbaden  
[www.deutscher-pressestern.de](http://www.deutscher-pressestern.de)

Kristin Hampl  
E-Mail: [k.hampl@dps-news.de](mailto:k.hampl@dps-news.de)  
Tel.: +49 611 39539-17

Svenja Brendahl  
E-Mail: [s.brendahl@dps-news.de](mailto:s.brendahl@dps-news.de)  
Tel.: +49 611 39539-16



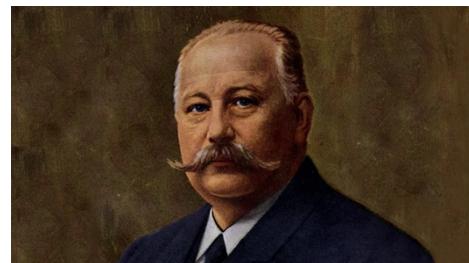
## Presseinformation

### **HOMANN – 150 Jahre im Auftrag des Genusses**

(Osnabrück, Februar 2026) Was vor 150 Jahren im Teutoburger Wald begann gehört heute zu den größten Markengeschichten Deutschlands. Das sind die wichtigsten Meilensteine in der Geschichte von HOMANN.

#### **1876**

Fritz Homann gründet am Teutoburger Wald in Dissen eine Fabrik für westfälische Fleisch- und Wurstwaren – und legt damit den Grundstein für HOMANN, wie wir es heute kennen.



#### **1882**

Als eines der ersten deutschen Unternehmen beginnt HOMANN mit der Herstellung von Margarine. Das Produkt ist so erfolgreich, dass 1896 die Herstellung von Fleisch- und Wurstwaren eingestellt wird.



#### **1914**

Fritz und Hugo Homann führen das Unternehmen nach dem Tod ihres Vaters Fritz fort.



#### **1922**

HOMANN nimmt in Dissen die für die damalige Zeit modernste Raffinerie des Landes in Betrieb.





## 1948

Unter der Leitung von Hugo Homann, dem Enkel des Firmengründers, beginnt HOMANN mit der Produktion von Mayonnaise.



## 1956

Die Mayonnaise erfreut sich großer Beliebtheit. Deshalb wird die Produktion ausgeweitet und die industrielle Herstellung von Feinkostsalaten beginnt. HOMANN ist Pionier in diesem Bereich und der Fleischsalat markiert den Beginn dieser neuen Ära. 1960 wird die Feinkostfabrik in Betrieb genommen.



## 1969

Mit HOMA GOLD wird eine bald führende Margarinens Marke eingeführt.



## 1993

HOMANN wird mit seinen Feinkostsalaten Marktführer. Der Produktionsstandort Dissen wird zu einer der modernsten Salatfabriken Europas ausgebaut.





## 2000

Produkthighlight: HOMANN führt Brotaufstriche „Bread & Dip“ im LEH ein.



## 2005

Ein weiterer Produktschlager von HOMANN kam ins Kühlregal: „Pack2Snack“.



## 2009

Barbara Schöneberger wird Werbegesicht von HOMANN und prägt mit „Homannomann, ist der lecker“ eine Generation.



## 2011

HOMANN wird Teil der Unternehmensgruppe Theo Müller.

Unternehmensgruppe  
Theo Müller | The Müller logo consists of the word "müller" in a white sans-serif font inside a red rounded square.

## 2022

Signature Foods übernimmt die Marke HOMANN und führt die Herstellung der Feinkostsalate in Losser in den Niederlanden weiter. Geschmack, Qualität und Tradition stehen auch für den neuen Eigentümer an erster Stelle. Das Foodservice- und Retailgeschäft für Saucen und Mayonnaisen wird weiter am Standort in Bad Essen unter dem Dach der Müller-Gruppe fortgeführt.

The logo features a stylized oval shape filled with various fruits and vegetables like apples, carrots, and lettuce. To the right of the logo, the words "Signature Foods®" are written in a serif font.  
Signature Foods®



## 2025

HOMANN startet seine große „Homann Oh mann“ Kampagne und legt damit den Grundstein für die Weiterentwicklung der Marke auf Basis ihrer Kernwerte Tradition und Innovation.



Weitere Informationen sind auch im Internet abrufbar, unter [www.homann-salate.de](http://www.homann-salate.de).

### Pressekontakt

Deutscher Pressestern®  
Bierstadter Str. 9 a  
65189 Wiesbaden  
[www.deutscher-pressestern.de](http://www.deutscher-pressestern.de)

Kristin Hampl  
E-Mail: [k.hampl@dps-news.de](mailto:k.hampl@dps-news.de)  
Tel.: +49 611 39539-17

Svenja Brendahl  
E-Mail: [s.brendahl@dps-news.de](mailto:s.brendahl@dps-news.de)  
Tel.: +49 611 39539-16