

Den Unterschied schmeckt man – Homann Salate zündet nächste Markenoffensive

- » Optimierung des Hero-Produkts „Pellkartoffelsalat“ und aller „Grill-Renner“
- » Redesign setzt auf Homann-Blau, optimale Lesbarkeit und moderne Food-Darstellung
- » Bewegtbildkampagne, TV, Plakate in NRW und Niedersachsen unterstützen Handel

(Osnabrück, Juni 2022) Den Unterschied schmeckt man – mit einer großen Markenoffensive startet die Traditionsmarke zum Sommer weiter durch. Nach dem Einstieg in das Segment „Brotaufstriche“ hat Signature Foods als neuer Markeninhaber nun auch sein klassisches Produktportfolio überarbeitet und stattet die Kartoffel- und Nudelsalate mit verbesserter Rezeptur, neuem Verpackungsdesign und starkem Werberückenwind für den deutschen LEH aus. Sinnbildlich dafür steht Deutschlands meistverkaufter Kartoffelsalat¹ – der Homann „Pellkartoffelsalat“. Ab sofort ist das jahrzehntelange Hero-Produkt der Marke dank geschmacklicher und über umfangreiche Konsumententests geprüfter Weiterentwicklung noch genussvoller und ab Mitte Juli im Handel erhältlich. Unter dem Motto „An dem kommt keiner vorbei!“ ist er auch der Startschuss für einen umfangreichen Relaunch der Marke, der sich einerseits auf die Kernwerte der Marke – immer um das gewisse Etwas besser – zurückbesinnt, sie zugleich aber auch noch moderner, regionaler und nachhaltiger macht. Optisch wird dies unter anderem an einem neuen Look der Verpackungen erkennbar, der ab sofort das traditionelle Homann-Blau betont und die Zutaten des Produkts inszeniert.

Rob Rijnders, Chief Commercial Officer von Signature Foods: „Homann ist eine der bekanntesten und beliebtesten Feinkostmarken der Deutschen und steht schon immer für herzhaften, bodenständigen und ehrlichen Genuss.“

¹ Nielsen, LEH+DM, Feinkostsalate, Kartoffelsalate, Basis Umsatz, MAT 03.04.22



[Download Bildmaterial](#)



Der Pellkartoffelsalat von Homann passt perfekt zu frischem Fisch.



Jetzt mit verbesserter Rezeptur: der Homann Pellkartoffelsalat



Ein Gedicht: der Homann Nudelsalat zu Hackbällchen und Rucola

mehr >>

Presseinformation

Genau hier möchten wir ansetzen und unsere feine Kost noch leckerer, einladender und besser machen. Homann soll der tägliche Begleiter der Deutschen werden und sie mit seinen Produkten durch den Tag und das Jahr begleiten. Ganz gleich ob mit feinen Kartoffel- und Nudelsalaten zum Grillen wie für das Mittagessen oder mit den kürzlich auf den Markt gebrachten Brotaufstrichen. Deshalb entwickeln wir die Marke gerade stark weiter und werden alles dafür tun, dass Homann der alte und neue Star im Kühlregal ist.“

Breites Beilagensortiment, feinste Zutaten

Kartoffelsalate unterschiedlicher Geschmacksrichtungen – von Hamburger bis zu Westfälischer Art – mit feinsten Kartoffeln aus deutschen Anbaugebieten. Nudelsalate von Pikant bis Italienischer Art, Coleslaw bis Farmersalat – ab KW 27 fließen die geschmacklich weiterentwickelten Produkte in den Handel ein. Zunächst die 400- und 375-Gramm-Größen, bis KW 31 auch die 200-Gramm- und 1000-Gramm-Becher. Alle neuen Verpackungen verbindet dabei der sogenannte „Mise-en-Place“-Look, der im Gegensatz zu bisher nicht den angerichteten Salat, sondern die einzelnen Zutaten geschmackvoll präsentiert.

Werbekampagne ab August

Der Handel darf sich auf starke Unterstützung vonseiten der Marke freuen. Homann Marketing Managerin Manja Behrens: „Wir werden das ‚Neue Homann‘ und seine Produkte ab sofort stark auf vielerlei Kanälen präsentieren. Erstmals seit vielen Jahren wird es auch wieder einen TV-Spot geben, um die Marke erneut ins Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten zu rufen. Im Anschluss ist in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen eine groß angelegte POS-Plakat-Kampagne geplant. Darüber hinaus werden wir auf Social Media auch mit Bewegtbild durchstarten. Und last, but not least wird die ganze Produktpalette im Rahmen einer großen Roadshow durch die großen Metropolen des Landes präsentiert.“

Und bereits im Herbst geht die Markenoffensive von Homann weiter. Dann ist unter anderem der Start von zwei weiteren Brotaufstrich-Sorten geplant.

Weitere Informationen zu Homann finden Sie auch im Internet unter www.homann.de.



Bei Homann gibt es viele weitere Salate im Sortiment wie z. B. Coleslaw.



Erst kürzlich hat Homann vier neue Brotaufstriche auf den Markt gebracht.

Weitere Informationen

Deutscher Pressestern®
Bierstadter Straße 9 a
65189 Wiesbaden
www.deutscher-pressestern.de

Maike Veith

E-Mail: m.veith@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-18

Svenja Karolczak

E-Mail: s.karolczak@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-16



DEUTSCHER PRESSESTERN