

Schwerpunkt Produkt des Jahres 2015

Martina Reichold, Projektmanagerin, und Martin C. Schmidlin, Leiter Marketing-Kommunikation, Feinkost Dittmann Reichold Feinkost



Klassiker im Mini-Format

Feinkost und Delikatessen

Gold: Mini Antipasti / Feinkost Dittmann Reichold Feinkost

Mit den Antipasti-Klassikern im Mini-Format traf Feinkost Dittmann genau den Kundengeschmack: In unserer Verbraucherbefragung überzeugte das Produkt, „weil es genau meinen Geschmack trifft“. Die Befragten empfanden zudem das kleine Format als sehr praktisch. Für den Han-

del bietet der Goldgewinner in der Kategorie Feinkost und Delikatessen Potenzial, da das Produkt sogenannte anspruchsvolle Premiumkäufer sowie jüngere und ältere Singles anspricht. Die Range umfasst die Mini-Sorten Champignons, Pepperballs, Teufli rot, Artischockenherzen, Balsamico Zwiebeln sowie Perino Tomaten. Am PoS richtet die hochwertige, achteckige Glasverpackung den Blick des Kunden direkt auf das Produkt. Feinkost Dittmann ist mit der Entwicklung der Range sehr zufrieden – so zufrieden, dass diese Mitte November Zuwachs bekam: Mini Weinblätter (von Hand mit Reis gefüllt) sowie Mini Sweet Drops (kleine rote Pfefferonen). Für 2015 ist neben einer reichweitenstarken PR-Kampagne eine Verkostungskampagne mit mehr als 600 Einsatztagen geplant.

