



Neue Verpackung, noch mehr Genuss

Bielefeld, März 2022 – Erfolgreich – auch in Zukunft! Seit März 2022 präsentiert Dr. Oetker die beiden Backmischungs-Sortimente Kleine Back-Ideen und Klassische Kuchenmischungen in einem neuen, frischen und noch aufmerksamkeitsstärkeren Gewand. Das Unternehmen stellt die Sortimente damit trendorientiert und zukunftssicher auf. Mit dem Verpackungsrelaunch werden zudem die Rezepturen optimiert – dies gilt auch für die Standard Kuchenmischungen. So kommt Dr. Oetker dem Verbraucherswunsch nach intensiveren Genussmomenten¹ nach.

Neuer Look, starke Impulse

Das neue, zeitgemäße und fröhliche Verpackungsdesign der Kleinen Back-Ideen, dazu gehören die Brownies (drei Varianten) sowie Muffins (drei Varianten), wirkt noch attraktiver auf Verbraucher¹ und zeitgleich auffälliger und harmonischer im Verkaufsregal. Es hat einen hohen Wiedererkennungswert und gleichzeitig erleichtert das neue Verpackungslayout mit seinen unterschiedlichen Farbkomponenten dem Verbraucher die Differenzierung zwischen den verschiedenen Sorten. Auch die Klassischen Kuchenmischungen Käsekuchen und Streuselkuchen erhalten ein neues, modernes Verpackungsdesign. Neue Fotos mit Serviervorschlägen auf allen Verpackungen vermitteln genussvolle, gemeinsame Kuchenmomente. Die emotional ansprechender gestalteten Innenbeutel machen schon beim Öffnen der Backmischungen Lust auf das Backen.



Ein weiterer Benefit: optimierte Rezepturen

Dr. Oetker ist stets daran gelegen, die Produkte unter Berücksichtigung der Verbraucherwünsche weiterzuentwickeln. Um dem Wunsch nach intensiveren Genussmomenten¹ gerecht zu werden, hat Dr. Oetker neben den Verpackungen auch die Rezepturen der Kuchenmischungen optimiert. So enthalten beispielsweise die Backmischungen Gugelhupf und der Marmor Kasten Kuchen ab sofort eine Glasur. Bei den Brownies wird der Anteil an Schokoraspeln erhöht. Die Muffin-Backmischungen Classic, Schoko, Marmor und Zitrone überzeugen mit mehr leckeren Schokotröpfchen, neuen oder mehr Schokoraspeln oder Glasur. Die Mini Muffins enthalten ab jetzt etwas mehr Backmischung. Bei den Kasten Kuchen in den Sorten Schokino, Schoko und Zitrone erhöht sich außerdem die Glasurmenge, sodass eine vollflächige Glasur möglich ist. Beim Käsekuchen ist zusätzlich Dekorzucker enthalten. Für mehr Genuss sorgt beim Streuselkuchen mehr Puddingcreme. Die Rezeptur-Upgrades werden auf den einzelnen Verpackungen mit einem auffälligen Hinweisstörer hervorgehoben.

Für mehr Transparenz und Nachhaltigkeit

Mit dem Relaunch werden die Verpackungen außerdem mit dem Nutri-Score gekennzeichnet. Bei allen Produkten mit Kakao wird zudem auf die Zusammenarbeit mit der Rainforest Alliance auf der Seitenlasche hingewiesen. Weitere Informationen erhalten Sie auf www.rainforest-alliance.org. Dies versteht Dr. Oetker als wichtigen Schritt, Verbrauchern eine bewusste Kaufentscheidung zu ermöglichen. Damit zahlt das Unternehmen auf das in der Dr. Oetker Sustainability Charter festgelegte Ziel ein, bestmögliche Transparenz zu liefern.

Neuer Wachstumsschub für Backmischungen

Die Marke Dr. Oetker dominiert im Markt bei Backmischungen mit 57,5 Prozent² Umsatzanteil und hat mit Abstand die höchste gestützte Bekanntheit mit 73 Prozent³. Mit dem Verpackungsrelaunch in den Sortimenten Kleine Back-Ideen sowie Klassische Kuchenmischungen sowie den Rezeptur-Upgrades, auch bei den Standard Backmischungen, setzt Dr. Oetker starke Impulse am Backmischungsregal. Eine großangelegte 360° Kampagne mit TV-, Social Media-, POS-, Online- und PR-Maßnahmen begleitet den Relaunch und sorgt für garantierte Aufmerksamkeit in der Zielgruppe.

Die unverbindliche Preisempfehlung (UVP) bei allen drei Backmischungs-Sortimenten von Dr. Oetker beträgt jeweils 2,69 Euro pro Packung. Eine Verkaufseinheit umfasst acht Einheiten der jeweiligen Sorte.



„Mit dem Verpackungsrelaunch sowie der Rezepturoptimierung steigern wir Kaufimpulse für das Segment. Zudem gehen wir auf die Verbraucherwünsche nach intensiveren Genussmomenten¹ ein.“

Natascha Großrichter, Brand Manager Marketing Kuchen

¹ Quelle: Kleine Back-Ideen: unabhängiges Marktforschungsinstitut, Produktkonzepttest, n=900, Mai 2021. / Klassische Kuchenmischungen (Käsekuchen/Streuselkuchen): unabhängiges Marktforschungsinstitut, Produktkonzepttest, n=621, April 2021

² Quelle: The Nielsen Company, MarketTrack / Teilmarkt Backmischungen LEH ohne Brot & Diät / Dezember 2021

³ Quelle: Yougov Brandindex / Bekanntheit Dr. Oetker Backmischungen / 4. Quartal 2021

Die Dr. Oetker Sustainability Charter

Nachhaltiges Handeln und unternehmerische Verantwortung haben bei Dr. Oetker eine lange Tradition. Unser Anspruch ist es, jedem ein Gefühl von Zuhause zu geben. Geleitet von diesem Purpose entwickeln wir unser Unternehmen stetig weiter und ebnen den Weg für eine nachhaltige Zukunft. Daher haben wir 2020 die Dr. Oetker Sustainability Charter verabschiedet und dadurch unsere Ambitionen zum Thema Nachhaltigkeit fest in unserem Handeln verankert. Die Sustainability Charter besteht aus den Dimensionen Our Food, Our World und Our Company und beinhaltet sowohl konkrete Nachhaltigkeitsziele als auch Verpflichtungen, denen wir uns als verantwortungsbewusstes Unternehmen stellen.



Mehr unter <https://www.oetker.com/sustainability>

Diese und weitere Bilder stehen [hier](#) für Sie zum Download bereit:



Weiteres Bildmaterial sowie Portaitfotos von Zitatgebenden stellen wir auf Nachfrage gern zur Verfügung.



Fotohinweis:

© Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG (exklusive Rechte), März 2022

Nutzung: Abdruck bis August 2022 zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zu Produkten und Marken von Dr. Oetker und dem Unternehmen Dr. Oetker zu verwenden.

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar/Online-Link erbeten

PR-Kontakt:

Dr. Oetker Deutschland
Marken- und Produkt-PR

Jana Nörenberg
PR-Managerin Kuchen
Fon: 05 21 / 155 – 42 16
jana.noerenberg@oetker.com



Hannah Strüver
Leiterin Marken- und Produkt-PR
Fon: 05 21 / 155 – 30 44
hannah.struever@oetker.com

