

UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

CASE STUDIE

KUNDE: HILCONA- Neuprodukteinführung Express Pasta

Situation

- Der Frische-Pasta-Markt ist in Deutschland ein Nischensegment. Sorten und verschiedene Zubereitungsmethoden sind vielen Verbrauchern aber auch Journalisten nicht geläufig
- Ein neues hochwertiges Pasta-Produktkonzept wurde entwickelt, bei dem die Pasta in ca. 2 Min. in der Pfanne zubereitet werden kann ohne vorher gekocht zu werden
- Marktsegment und Zubereitungsmethoden sind erklärungsbedürftig

Aufgabe/Ziele

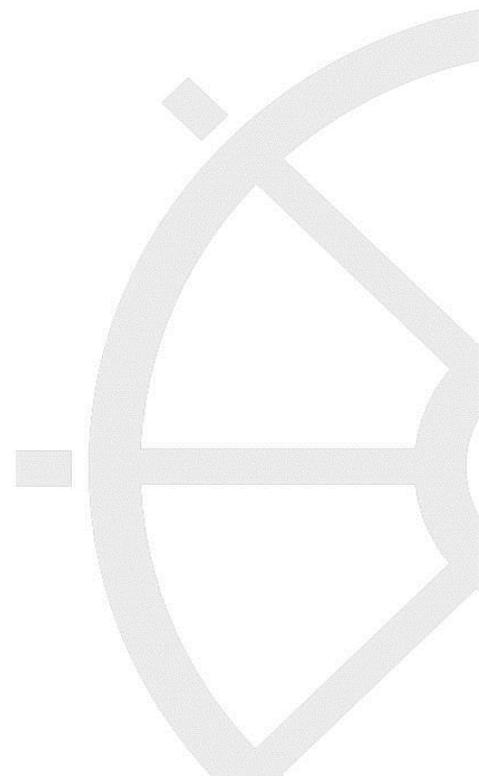
- Entwicklung einer vernetzten Kommunikationsstrategie
- Authentische Kommunikation der Produkt-USPs
- Aufklärung über die Produktkategorie
- Verwendungsanlässe schaffen und kommunizieren

Umsetzung

- Zusammenarbeit mit dem prominenten Koch Andreas Studer
- Nationale und internationale Pressearbeit
 - Journalistenevents in Hamburg und München
 - Platzierung TV-Beitrag
 - Redaktionsbesuche
 - Presseaussendungen
 - Hörfunk-Kooperation
 - Platzierung von Gewinnspielen

Ergebnis

- Opinionleader konnten vom Produkt und der Vielfalt der Zubereitungsmethoden überzeugt werden
- Durch vermehrte Rezepte, die Frische-Pasta als Zutat enthielten wurde das Produkt auch den Verbrauchern näher gebracht
- Aufklärung über die Produktkategorie fand statt
- Etablierung HILCONAs als kompetenter Anbieter qualitativ hochwertiger Frische-Pasta-Produkte



UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION



Event in München in Ziemanns Kochschule, kurz nach der Eröffnung.

Prominente Teilnehmer: Jürgen Hilti (Inhaber Hilcona), Andreas Studer (Koch), Sabrina Straubitz (Moderatorin)

