

UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

CASE STUDIE

KUNDE: Lactalis Deutschland GmbH mit den Marken Président, Galbani und Salakis

Situation

- Der nationale Käsekonsum klettert unaufhaltsam auf derzeit 23 kg pro Kopf der Bevölkerung. Immerhin Platz drei innerhalb Europas.
- Der Wettbewerbsdruck ist stark. Durch innovative Produkte wird die Nachfrage bei den Verbrauchern gesteigert und Marktanteile gewonnen u.a. ist Convenience auch ein Trend im Käsemarkt.

Aufgabe

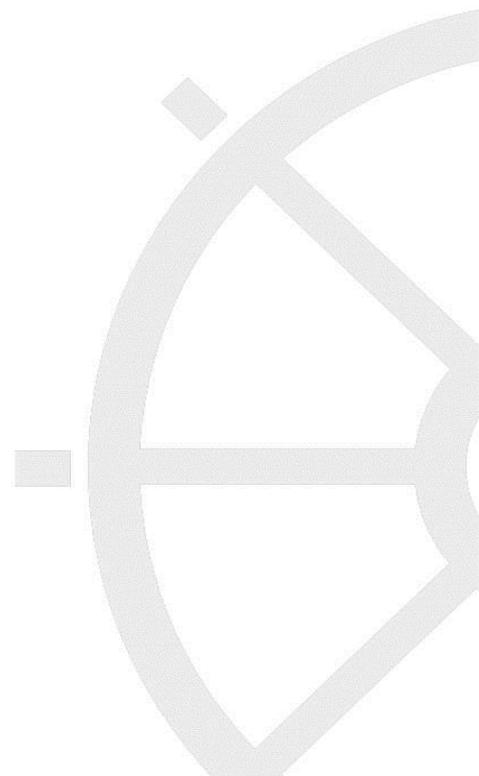
- Das Kernziel ist, das positive Image der einzelnen Marken weiter auszubauen und die Markenwelten mit ihren spezifischen USP's zu kommunizieren
- Vermittlung von Lebensqualität und Esskultur sowie Kommunikation von Produkt-Nutzen und Zubereitungsanreizen für den Konsumenten
- Ausbau der Bekanntheit
- Generierung von Veröffentlichungen mit Markennennungen und/oder Produktabbildungen
- Vernetzung der PR-Maßnahmen mit allen weiteren Marketingmaßnahmen (Online/Promotion/Werbung) sowie Lancierung der PR lt. Mediaplan

Zielgruppen

- Endverbraucher: Familien, Singles, Paare und Kinder, kochaffine Frauen und Männer sowie Liebhaber der französischen, italienischen und mediterranen Küche
- Fachzielgruppen: Handel, Thekenfachkräfte, Food Service, Molkerei

Umsetzung

- Entwicklung und Umsetzung eines Kommunikationskonzeptes zu den Marken Président, Galbani und Salakis mit markenindividuellen Schwerpunktthemen.
- Realisierung von Basis-Pressemaßnahmen
- Rezept PR
- Kommunikation der Gesundheitsaspekte und Marken-USP's durch Experten
- Umsetzung von Word-of-mouth-Aktionen
- Presseaussendungen/Newsletter zu Neuheiten, Marketingaktionen, Themen
- Lancierung von Gewinnspielen
- Advertorials / Medienkooperationen / Rezeptwettbewerbe
- Materndienste



UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

- Markenspezifisch:
 - Kommunikationskonzept zum 130jährigen Jubiläum von Galbani
 - PR-Lancierung Website „I love Tiramisu“

Ergebnis

- Kontinuierliche PR in den relevanten Fach- und Publikumsmedien
- Positionierung als Marktführer bzw. weiterer Ausbau der Marktführerschaft

Galbani Ricotta – so lecker-leicht schmeckt Italien!

Ricotta ist – ähnlich wie Mozzarella – ein absolut typisches italienisches Milchprodukt. Ricotta bedeutet so viel wie "doppelt gekocht", was einen Hinweis auf die Herstellung dieses Käses gibt. Er entsteht aus erhitzter Kuhmilch-Molke, der Milchsäure und Citronensäure zugesetzt werden. Der vielseitige Käse mit einem natürlichen Fettanteil von nur 13% absolut und einem hohen Anteil an Kalzium und hochwertigem Eiweiß bietet leichten und gesunden Genuss. Mit seinem feinen, milden Geschmack und der leicht körnigen Konsistenz eignet sich Galbani Ricotta ausgezeichnet für die typisch leichten und frischen Gerichte der italienischen Küche. Er wird in Italien häu-



fig an Stelle von Quark oder körnlichem Frischkäse verwendet. Ob kalt oder warm – Ricotta ist vielfältig einsetzbar. Er schmeckt köstlich als Brotaufstrich – entweder pur oder in Kombination mit Honig, Marmelade oder frischen Kräutern. Auch zur Verfeinerung von Müslis kann man Ricotta sehr gut verwenden. Nudelsaucen, Aufläufe oder Salate rundet er leicht und genussvoll ab, und auch als Zutat in Desserts, für die Zubereitung von Eis oder Milchshakes ist er ideal. Galbani Ricotta macht in allen Anwendungen eine „gute Figur“! Zahlreiche leckere Rezeptideen gibt es unter www.galbani.de. Buon appetito!

Materndienst



RINDCHEN'S
WEINKONTOR
www.rindchen.de

Teilnahme und Kooperation mit
Rindchen`s Weinkontor

UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION



Rezeptkooperation
Publikumspreise