



## Presseinformation

### Mehr Auswahl fürs Fertigback-Regal: HARRY Dinkel Krüstchen und HARRY Doppelbrötchen

Schenefeld, Februar 2023: Egal ob unter der Woche oder am Wochenende, zum Frühstück oder als knuspriges Abendbrot - die neuen HARRY Produkte zum Fertigbacken garantieren jederzeit frischen Brötchengenuss aus dem heimischen Backofen. Mit den HARRY Doppelbrötchen kommt der beliebte Klassiker nun auch zum ersten Mal ins Fertigback-Regal. Er lädt zum Teilen ein und überzeugt mit seinem milden Weizengeschmack.

Die HARRY Dinkel Krüstchen folgen nicht nur dem Convenience-Trend, sondern punkten auch mit dem äußerst beliebten Urgetreide.<sup>1</sup> Dank der mittleren Packungsgröße sind die beiden neuen Fertigbackartikel des Marktführers<sup>2</sup> ideal für Familien und andere Mehrpersonenhaushalte.

„Produkte zum Fertigbacken erfreuen sich wegen ihrer einfachen Zubereitung einer großen Beliebtheit<sup>3</sup>“, erklärt Katharina Frerichs, Marketingleiterin bei Harry-Brot. „Mit unseren Neuprodukten setzen wir frische Impulse im SB-Regal“

Ab Anfang März sind die HARRY Dinkel Krüstchen in der 480-g-Packung und die HARRY Doppelbrötchen in der 400-g-Packung im Lebensmitteleinzelhandel erhältlich. Die UVP beträgt jeweils 2,29 Euro.

### Frischer Genuss für die ganze Familie

Aus dem Vorrat schnell im Ofen fertiggebacken, sind Fertigbackbrötchen besonders praktisch im Alltag mit der Familie. Bei den HARRY Dinkel Krüstchen sind daher gleich sechs Stück in der Packung. Sie werden aus 100 % Dinkel<sup>4</sup> im Steinofen gebacken. Das sorgt für besonderes Aroma, kräftige Kruste und lockere Krume. Zudem sind Backwaren mit dem Urgetreide sehr gefragt.<sup>5</sup>

Aus den vier Doppelbrötchen im Beutel werden im Handumdrehen acht milde Weizenbrötchen, die gleich mehrere Personen satt machen.

### Erfolgsduo fürs Regal

**HARRY Dinkel Krüstchen und HARRY Doppelbrötchen** machen nicht nur durch ein ansprechendes und modernes Produktdesign auf sich aufmerksam. Sie profitieren natürlich auch von den 81 Prozent

---

<sup>1</sup> Quelle: Lebensmittelpraxis 05/22 Warenverkaufskunde - Trends bei Brot - Lebensmittelpraxis.de

<sup>2</sup> Quelle: Nielsen Market Track, Brot- und Aufbackwaren nach Marken, LEH+DM o. A/L/N in N1,2,5+6,7, Marktanteile (€), MAT Juli 2022 vs. VJ

<sup>3</sup> Quelle: Shopper-Studie SB Brot- und Backwaren 2021 im Auftrag von Harry-Brot, n=633

<sup>4</sup> Im Getreidemahlerzeugnis

<sup>5</sup> Quelle: Harry Brot Interne Zahlen, Absatz 2022; NielsenIQ MarketTrack, Brot- und Aufbackwaren, Umsatz, MAT KW 44.2022 vs. VJ



Markenbekanntheit<sup>6</sup> und 37,2 Prozent Marktanteil<sup>7</sup> der Marke HARRY. Zusätzlich weisen Regalstecker die Käufer auf die beiden Neuheiten hin.

#### Auf einen Blick: HARRY Dinkel Krüstchen

Packungsgröße	480 g, 6 Stück
UVP	2,29 Euro
GTIN	4071800057637

#### Auf einen Blick: HARRY Doppelbrötchen

Packungsgröße	400 g, 4 Stück
UVP	2,29 Euro
GTIN	4071800057668

Die Harry-Brot GmbH mit Sitz in Schenefeld bei Hamburg ist Marktführer bei Brot- und Backwaren. Knapp 4.800 Mitarbeiter backen an zehn Standorten. Das Sortiment umfasst sowohl Prebake- als auch SB-verpackte Produkte. Zum Prebake-Sortiment für Backstationen zählen vorgebackene Laibbrote, TK-Brötchen und TK-Baguettes. Verpackt im SB erhältlich sind frische Schnittbrote, Toast, Sandwichbrot, Süßes und Snacks sowie Brötchen und Baguettes zum Fertigbacken. Der Harry-Frischdienst, das Alleinstellungsmerkmal des Großbäckers, liefert diese Backwaren tagesfrisch aus der nächstgelegenen Harry-Großbäckerei über die zugehörigen Vertriebsstellen in den Lebensmittelhandel. Gemäß dem Unternehmensclaim „Frisch wie Harry“ gelangen die Produkte so innerhalb weniger Stunden in die Verkaufsregale. Das 1688 gegründete Familienunternehmen ist damit die größte deutsche Lieferbäckerei.

#### Kontakt:

Kathrin Krützfeldt, Leiterin Kommunikation & PR  
HARRY-BROT GmbH  
Kiebitzweg 15-19 · 22869 Schenefeld  
T +49-40-380780-10363  
M +49-173-5619507  
@kathrin.kruetzfeldt@harry.de

<sup>6</sup> Quelle: Ipsos Deutschland, Februar 2022, 2.000 Befragte national repräsentativ, gestützte Befragung, in Nielsen I-II, V-VIII

<sup>7</sup> Quelle: Nielsen Market Track, Brot- und Aufbackwaren nach Marken, LEH+DM o. A/L/N in N1,2,5+6,7, Marktanteile (€), MAT Juli 2022 vs. VJ