



Presseinformation

anno >>1688<< Dinkel

Pünktlich zum 333-jährigen Firmenjubiläum launcht Harry das neue anno >>1688<< Dinkel und baut damit die bereits sehr erfolgreiche Range anno >>1688<< weiter aus.

Im vergangenen Jahr hat Harry die beiden neuen Schnittbrote anno >>1688<< Rustikal und Traditionell auf den Markt gebracht. Schon nach kurzer Zeit gehören sie zu den Top Einzelprodukten im Markt.¹ Mit ihren extra dicken Scheiben und der kräftig ausgebackenen Kruste überzeugen die Brote mit ihrem handwerklichen Charakter und ihrem aromatischen Geschmack.

Um diese Produktrange weiter zu stärken bringt Harry nun das neue anno >>1688<< Dinkel. Denn Dinkel liegt derzeit voll im Trend der Verbraucher. Um ganze 25,8 % stieg der Absatz von Dinkelbrot im LEH im vergangenen Jahr und lag damit deutlich über dem Wachstum der gesamten Kategorie.²

Begleitet wird die Produkteinführung zum 333-jährigen Firmenjubiläum mit einer Spendenaktion „1 anno >>1688<< kaufen, 1 Brot spenden!“. Für jedes verkaufte anno >>1688<< im Aktionszeitraum vom 10.05.-31.05.2021 spendet Harry an wohltätige Zwecke.

Als Marktführer mit einem Marktanteil von 36,6% im Segment Schnittbrot³ setzt Harry damit frische Impulse.

¹ Quelle: Nielsen Market Track, Brot und Backwaren, Segment Schnittbrot, LEH + DM o. A/L/N, Umsatz in €, KW 28-53 2020

² Quelle: GfK Consumer Panel Fresh Food (ForGe Backwaren 2020), Backwaren Frischware Brot, LEH o. Drogeriemärkte, Absatz in t, 2020 vs. Vorjahr

³ Quelle: Nielsen Market Track, Brot und Backwaren, LEH + DM o.HD, Marktanteil Wert

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