

MEHR VIELFALT FÜR IHR SNACK-REGAL

NEU



OHNE ZUSATZ
VON ALKOHOL

Harry

Unsere neue Snack-Range: Süß, herzhaft, ready to eat.

VOM FEINSTEN: Die hochmoderne Produktionslinie von HARRY

- Neuartige Knetsysteme ermöglichen hohe Teigqualität und hervorragende Teigkühlung
- Hochmodernes Transportsystem
- Innovatives Ofendurchlaufsystem

Für Jung & Alt – vom Frühstück bis zum Nachmittag, perfekt für zwischendurch und unterwegs



- Feine Zimtnote
- Mild-süßes
- Geschmacks-erlebnis
- 220 g (4 Stk.)



- Mit 18 % Dattel
- Mild-süßes
- Geschmacks-erlebnis



- Mit 23 % Rosinen
- Mild-süßes
- Geschmacks-erlebnis
- 250 g (4 Stk.)



- Mild-süßes
- Geschmacks-erlebnis
- 220 g (4 Stk.)



- Innovation im Brotregal: Weiches Laugenbrötchen mit Kreuzschnitt und Sesam bestreut
- Herzhaftes Geschmacks-erlebnis mit leckerer Laugen-Note

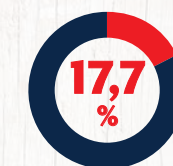


- Mit 21 % Eiweiß
- Mit kakaofreier
- Schokoladenalter-native ChoViva
- Leicht süßes
- Geschmackserlebnis



Umsatztreiber SB-Brötchen!

Mit +11,3% Umsatzplus entwickeln sich SB Brötchen überdurchschnittlich.¹



Harry ist Marktführer!

Mit 17,7 % Marktanteil ist Harry die größte Herstellermarke im Gesamtmarkt.¹



Harry ist die bekannteste Brotmarke!

Mit 52 % spontaner Bekanntheit führt Harry das Ranking der bekanntesten Brotmarken an.²



Die Brioche-Nachfrage ist hoch

Neuprodukte haben im Segment der Marken-Briocheartikel u.a. zu einer Verdoppelung des Umsatzes geführt.¹



Protein ist im Trend!

Eine proteinreiche Ernährung ist Verbrauchern weiterhin wichtig und die Nachfrage nach proteinreichen Artikeln wächst!³

¹ Quelle: NIQ RMS, Brot- und Aufbackwaren, LEH+DM, SB gesamt bzw. SB-Brötchen Marken-Einzelartikel im Segment SB Brötchen, Umsatz bzw. Marktanteil in % (€); YTD Juli 2025 vs. VJ

² Quelle: Ipsos, Bekanntheit Brotmarken, 2025

³ Quelle: POS Pulse Proteinprodukte 2024, Yougov Kronberg Trend-entwicklungen; O/Umsatzveränderung in % MAT Jun 2021-2025

- **Besonders soft:**
Weiche, saftige Krume in allen Varianten
- **Ready to eat:**
Ideal für Frühstück, Kaffee & unterwegs
- **Süß & herzhaft:**
Neben unseren süßen Artikeln nun auch eine herz hafte Variante
- **Erweiterte Zielgruppe:**
Alle Artikel sind vegetarisch & ohne Alkohol in der Herstellung

- Starke Aufmerksamkeit für Neuprodukte durch **Kommunikation zur Einführung**
- **Zweitplatzierung** mit zielgerichteter Shopperansprache
- Verlängerung: **Online und Social-Media-Maßnahmen** auf reichweitenstarken Kanälen

