



## Presseinformation

### Neue Kategorie erschlossen:

#### Mit HARRY Pancakes bringt der Marktführer eine vegane Produktinnovation auf den Markt

Schenefeld, November 2022: Erst ein schönes Frühstück macht den Start in den Tag so richtig perfekt. Auf keinen Fall fehlen dürfen dabei Pancakes, garniert mit Früchten oder klassisch mit Schokoladensauce. Vegan wird's mit den neuen HARRY Pancakes. In der Konsistenz sind sie locker, weich und feinporig. Sie begeistern zudem mit einer angenehmen Süße.

Ohne Eier oder Milch zubereitet entspricht die Produktinnovation des Marktführers<sup>1</sup> dem Wunsch vieler Verbraucher nach rein pflanzlichen Produkten.

„Mit unseren Pancakes besetzen wir nicht nur eine neue Kategorie, sondern bringen das perfekte Produkt für vegane Genießer auf den Markt“, erklärt Katharina Frerichs, Marketingleiterin bei Harry-Brot. „Mehr als 10 Millionen Menschen in Deutschland ernähren sich mittlerweile tierfrei<sup>2</sup>. Vegan liegt also voll im Trend und spricht v. a. eine jüngere Zielgruppe an<sup>3</sup>. Damit treffen unsere Harry Pancakes genau den Geschmack der Zeit.“

Rechtzeitig zum Veganuary sind die HARRY Pancakes ab Januar 2023 im Lebensmitteleinzelhandel in den beiden Sorten hell oder dunkel (mit Kakao) erhältlich. Eine 225-g-Packung enthält insgesamt vier Pancakes.

### Convenient und perfekt als Snack

Ohne Pfanne ganz simpel im Toaster zubereitet sorgen die fluffigen Pancakes von Harry im Handumdrehen für ein Genießerfrühstück. Aber auch kalt schmecken die „Pfannkuchen“ luftig-süß und leicht. Sie sind damit der perfekte Snack für zwischendurch. Die Pancakes bleiben besonders lange frisch und eignen sich damit sowohl für Mehrpersonen- als auch für Single-Haushalte.

HARRY Pancakes bedienen damit neben dem veganen auch den Snacking- und Convenience-Trend. Zudem hat die Packung die ideale Größe für Impulskäufe.

### Starke Marke und Promo-Aktionen unterstützen Produktlaunch

Das Neuprodukt HARRY Pancakes macht nicht nur durch ein attraktives Produktdesign auf sich aufmerksam, sondern auch durch zahlreiche Promo-Aktivitäten: Regalstecker, Displays für Sonderplatzierungen und Rezeptkarten am Display wecken direkt am POS den Appetit auf die HARRY Pancakes. Ergänzend dazu stellen reichweitenstarke Maßnahmen wie Gewinnspiele, Radio-PR und Social-Media-Kooperationen mit Influencern, insbesondere im Veganuary, das Produkt einem breiten

---

<sup>1</sup> Quelle: Nielsen Market Track, Brot- und Aufbackwaren, LEH+DM o. HD. In N 1,2,5,6,7, Marktanteil in % (€), MAT KW 44.2021 vs. VJ.

<sup>2</sup> Quelle: Vegan-Trend: Zahlen und Fakten zum Veggie-Markt - ProVeg Deutschland

<sup>3</sup> Quelle: Studie: Das unterscheidet die Zielgruppe der Vegetarier und Veganer –snackconnection (snackconnection-marktplatz.de)



Publikum vor. Und nicht zuletzt ist mit 65 Prozent Markenbekanntheit<sup>4</sup> und 37,2 Prozent Marktanteil<sup>5</sup> die Marke HARRY bei den Shoppfern beliebt und bekannt – davon profitiert auch das Neuprodukt.

Kontakt:

Kathrin Krütfeldt, Leiterin Kommunikation & PR

HARRY-BROT GmbH

Kiebitzweg 15-19 · 22869 Schenefeld

T +49-40-380780-10363

M +49-173-5619507

@kathrin.kruetefeldt@harry.de

---

<sup>4</sup> Quelle: Ipsos Deutschland, Februar 2022, 2.000 Befragte national repräsentativ, ungestützte Befragung, in Nielsen I-II, V-VII

<sup>5</sup> Quelle: Vegan-Trend: Zahlen und Fakten zum Veggie-Markt - ProVeg Deutschland

<sup>5</sup>Quelle: Marktforschung (Verkostung und Interview) „Harry Pancakes“, August 2022, n=12