



McVitie's bringt salzige Snack-Neuheiten nach Deutschland

Traditions-Gebäckmarke setzt auf gebackene Chipsalternativen

- **Neue Knabberei mit *Cracker Crisps* und *Cracker Melts***
- **Gestiegene Nachfrage nach gebackenen salzigen Snacks**
- **Gebacken und nicht frittiert: McVitie's entwickelt den Trend weiter**
- **Vertrieb über starkes Netzwerk von Griesson - de Beukelaer**

Nürnberg, 18. April 2018 –Snack-Fans aufgepasst: McVitie's sorgt jetzt für noch mehr Knabberei-Auswahl und bringt ein Portfolio an salzig gebackenen Snacks auf den deutschen Markt. Mit der Erweiterung des Sortiments um die Produkte *Cracker Crisps* und *Cracker Melts*, als herzhaft Snacks, will McVitie's seinen Marktanteil weiter steigern.

„Wir sehen deutliches Marktpotenzial für unsere McVitie's-Produkte im deutschen Markt, deshalb erweitern wir unser Sortiment um knackige Crisps und feine Cracker – wir nennen sie Melts – in vielfältigen Geschmacksrichtungen“, sagt Anja Schmeling, Marketing Managerin des Süßwarenherstellers pladis, zu dem die Marke McVitie's gehört.

Zwischen Cracker und Chips: Die perfekte Balance

Ob als Snack zwischendurch, zum Empfang von Gästen oder als Knabberei zum Fernsehabend, McVitie's „*Cracker Crisps*“ und „*Cracker Melts*“ überzeugen mit einem neuen Geschmackserlebnis durch ihre jeweils außergewöhnliche Textur und abgestimmte Würzung. *Cracker Crisps* sind knusprig gebacken und eine perfekte Alternative zu frittierten Chips. *Cracker Melts* haben dank dem besonderen Backverfahren eine leichte und knusprige Textur und einen würzigen Geschmack.

Gebacken, nicht frittiert: Chipsalternativen als Trend

Der Markt der gebackenen Snacks entwickelt sich aktuell in Deutschland überdurchschnittlich positiv. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Wert von gebackenen Snacks (ohne Salzstangen, -brezeln) um 1,6 Prozent gestiegen. Besonders herausstechend ist die Wertentwicklung von gebackenen Chipsalternativen (Markenofenchips, Brotchips, gebackene Snackspezialitäten) von plus 2,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr, wohingegen herkömmlich zubereitete Kartoffelchips um 4,4 Prozent an Wert verloren haben.¹

Die Ergebnisse einer internationalen Marktforschung bestätigen, dass die Traditions-Gebäckmarke McVitie's auch salzig kann². Nach Aussage der befragten Konsumenten liefern die salzig gebackenen Snacks von McVitie's den großartigen Geschmack, den sie erwarten. Dabei werden die Produkte von den Befragten als „mehr Premium“ und „einzigartiger“ gegenüber herkömmlichen Chips oder

¹ Nielsen MAT KW 48 2017; incl. Aldi/Lidl/Norma

² pladis Qualitative Brand Research, (UK, Ireland, USA, Turkey, KSA), Mai-Juni 2017

³ pladis Quantitative Studie, April-Mai 2017



einfachen Crackern bezeichnet. Zudem werden sie von den Probanden als gesünder wahrgenommen, im Vergleich zu süßen Snacks oder herkömmlichen, meist frittierten Chips.

Im Rahmen einer quantitativen Marktstudie wurde das Potenzial von deutschen Konsumenten bestätigt. Die Geschmacksbewertung sowie die Kaufwahrscheinlichkeit erzielten Werte deutlich über Durchschnitt.³

Gebackene Chipsalternativen: Die neue Art zu knabbern

Ab Mai 2018 sind die herzhaften McVitie's Produkte im deutschen Handel erhältlich. Angeboten werden die gewürzten Weizen cracker *Cracker Crisps* in den Sorten „Sour Cream & Schnittlauch“, „Thai Sweet Chili“ und „Sea Salt & Balsamic Vinegar“ (jeweils 150g). *Cracker Melts* gibt es als „Original“ mit einer leichten Salznote oder als „Paprika-Käse“ Variation mit italienischen Kräutern.

Vom einzigartigen Geschmack der Cracker können sich Konsumenten beim Produkt-Sampling überzeugen. Ein verkaufsförderndes Einführungspaket unterstützt den Handel durch aufmerksamkeitsstarke Zweitplatzierungen.

Für den Vertrieb setzt McVitie's mit Griesson - de Beukelaer auf einen versierten Partner und dessen starkes Netzwerk, um einen optimalen Start der Neuheiten im deutschen Markt zu garantieren.

Weitere Informationen unter <https://www.mcvities.de> und www.pladis.com.

Über McVitie's

McVitie's ist eine der führenden Gebäckmarken in Westeuropa (Euromonitor 2016, Westeuropa ohne Türkei, Retail Value). Jährlich werden rund zwei Milliarden McVitie's Kekse in England hergestellt und in mehr als hundert Ländern verkauft. Der Markenname geht auf den britischen Gründer, Robert McVitie, zurück, der 1888 die erste Keksfabrik eröffnete. Als Marke des Süßwarenherstellers pladis gehört die traditionelle Keksmarke zur Yildiz Holding, dem weltweit drittgrößten Hersteller von Markengebäck und gebackenen Snacks. In Deutschland gibt es McVitie's seit Ende 2010.

Über Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG

Griesson - de Beukelaer (GdB) zählt zu den führenden Unternehmen im europäischen Süß- und Salzgebäckmarkt und produziert jährlich 153.000 Tonnen an den deutschen Standorten Polch (Rheinland-Pfalz), Kempen (Nordrhein-Westfalen), Kahla (Thüringen) und Wurzen (Sachsen). Zum Sortiment gehören unter anderem die bekannten Marken Griesson, DeBeukelaer, Prinzen Rolle, LEICHT&CROSS und Wurzener.



Ihre Ansprechpartner

Pladis

Anja Schmeling
Marketing Manager
Telefon: +49 9113753060
schmelia@pladisglobal.com

c/o Klenk & Hoursch

Simeon Ulandowski
Public Relations
Telefon: +49 69 719168-173
simeon.ulandowski@klenkhorsch.de