



Jetzt in softerer Konsistenz: die Herzogin-Kartoffeln von Schne-frost.

Schne-frost

Neue Verpackungen, optimierte Rezepturen

Kartoffel-Spezialist Schne-frost präsentiert seine Veggie-Marke Avita im neuen Look, auch die Schne-frost-Produkte für den Professional-Bereich erhielten ein Facelift.

Modern und informativ, doch durch Beibehaltung des Marken-Colour-Codes besonders displaystark und sofort wiedererkennbar: So präsentieren sich die neuen Verpackungen der Schne-frost-Produkte für den Professional-Bereich. Große Sichtfenster geben einen Blick auf die Ware frei, zugleich sind wesentliche Produkteigenschaften (Informationen zur Herkunft, Allergen-Angaben, Zubereitungsmöglichkeiten) sofort abrufbar. Mit dem neuen Marken-Design will Schne-frost dem Food-Lifestyle Rechnung tragen und verstärkt auch die gewandelten Ansprüche jüngerer Anwender-Generationen bedienen. Ein besonderer Aspekt ist das Thema Nachhaltigkeit, das für diese Kundengruppe sehr wichtig ist.

Schne-frost steht für tiefkühlfrische Kartoffelspezialitäten, die zu 100 Prozent aus deutschen Kartoffeln hergestellt werden. Über 85 Prozent davon stammen aus der direkten Nachbarschaft der Schne-frost Produktionsstandorte. Diese Produktqualität wird durch einen besonderen Stempel auf der Verpackung hervorgehoben.

Innovationen und Klassiker im neuen Gewand

Das Schne-frost Professional Sortiment für den Foodservice- und GV-Bereich umfasst beliebte Pommes-frites-Varianten in verschiedenen Schnitten ebenso wie Bratkartoffeln und Wedges. Neben trendigen Innovationen

wie Gnocchi oder „Hash Brown Fries“ gelten bewährte Kartoffel-Klassiker als wichtige Säule des Sortiments. Im Zuge des Relaunches wurden einzelne Rezepturen optimiert. So kommen die vorgebackenen Kartoffel-Kroketten jetzt in neuer, größerer Form (Stückgewicht: 24 g) und mit mehr Würze daher. Auch bei den populären Jahrmarktsauffern wurde die Würzung verbessert. Last but not least erhielten auch die Herzogin-Kartoffeln frischen Schwung durch eine attraktivere Optik und eine softere Konsistenz.

Veggie-Produkte, die neue Akzente setzen

Innovative Veggie-Produkte zählen ebenfalls zu den Highlights, die Schne-frost mit der Marke Avita im Herbst präsentieren wird. Schließlich spielen Ausgewogenheit, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit in der heutigen Ernährung eine immer wichtigere Rolle. Nachdem die Avita Gemüse-Hanf-Sticks auf der Anuga 2019 als „Top Ten Innovation“ ausgezeichnet wurden, dürfen sich Veggie-Fans in diesem Herbst auf eine weitere Innovation freuen.

Jüngere Zielgruppen im Blick

Mit Produkten wie „Gemüse-Schnitzel“, „Knusper-Gemüse-Nuggets“ oder dem „Süßkartoffel-Grillgemüse-Burger“ spricht Avita nicht nur Vegetarier und Veganer, sondern auch die zunehmende Zahl der Flexitarier an. Im LEH hat sich die Marke laut Schne-frost nachhaltig etabliert. Die sieben Avita Veggie-Snacks decken das komplette Spektrum an Genussmöglichkeiten (Snack, Beilage oder Hauptmahlzeit) ab und entsprechen den Ansprüchen der Verbraucher nach hoher Qualität und natürlichem Geschmack. Alle Produkte sind Clean Label-Produkte (ohne Geschmacksverstärker, Konservierungsstoffe und Farbstoffe) und von ProVeg Deutschland ausgezeichnet. Um weiterhin möglichst viele Kon-



Große Sichtfenster und wesentliche Produkteigenschaften sofort abrufbar: das neue Marken-Design von Schne-frost.

sumenten anzusprechen und das Interesse jüngerer Zielgruppen zu gewinnen, hat auch Avita seinen Markenauftritt überarbeitet. Das neue Design soll ein attraktives modernes Bild der Marke kommunizieren und ein deutliches Bekenntnis zu Nachhaltigkeit und Qualität geben.

Ausbau des Bio-Sortiments in Planung

Die Corona-Krise hat den Wunsch nach gesunder Ernährung und Nachhaltigkeit noch einmal verstärkt. Nicht nur beim Thema Veggie, sondern auch in Sachen Bio sehen die TK-Kartoffel- und Gemüsespezialisten aus Lönningen noch viel Potenzial. Sowohl im Vertriebsbereich LEH wie im Bereich Foodservice ist zukünftig der Ausbau von Bio-Sortimenten geplant. kl



Auch den Auftritt der Veggie-Marke Avita hat Schne-frost erneuert.