

Nonnweiler, im April 2020

Die Wagner-Frühlingsoffensive

- Das Erfolgs-Sortiment legt nach: Der neue Flammkuchen des Jahres „Mediterrane Tomate“ ist da
- BIG CITY Pizza essen, Big City erleben! Wagner startet mit BIG CITY Pizza die erste Augmented Reality-Promotion für TK-Pizza

Der neue Flammkuchen des Jahres „Mediterrane Tomate“ ist da!

Neu, fleischlos, mediterran, lecker – und die jüngste Kreation des hoch erfolgreichen Wagner Flammkuchen-Sortiments: Das ist der neue Flammkuchen des Jahres „Mediterrane Tomate“. Mit getrockneten Tomaten, feinem Mozzarella, aromatischen Zwiebeln und weißem Balsamico bringt der aktuelle Flammkuchen des Jahres den frischen Geschmack der mediterranen Küche jetzt ins Wagner Flammkuchen-Sortiment.



„Damit präsentieren wir ein weiteres Highlight unserer Flammkuchen des Jahres-Reihe“, unterstreicht Judith Petit, Leiterin Handelsmarketing bei Wagner: „Mit den jährlich wechselnden Saisonsorten bieten wir den Verbrauchern Vielfalt und Abwechslung und setzen frische Kaufimpulse.“

Damit sorgt Nestlé Wagner an den Tiefkühltruhen des Einzelhandels wieder für On-Top-Umsatz mit dem ohnehin schon erfolgreichsten Flammkuchen-Sortiment Deutschlands: Mit einem Marktanteil von über 50 Prozent¹ und einer Käuferreichweite von 4,4 Millionen Haushalten² ist Wagner die klare Nummer 1 Marke bei tiefgekühltem Flammkuchen.

„Für unser gesamtes Flammkuchen-Sortiment bieten wir effektive Abverkaufsunterstützung durch umfassende POS-Maßnahmen an“, betont Judith Petit.

BIG CITY Pizza Promotion: BIG CITY Pizza essen, Big City erleben!

Wagner bringt das Flair berühmter Großstädte mit Augmented Reality in das Zuhause der Zielgruppe.

BIG CITY Pizza von Wagner ist jung, frisch und trendy – genau wie die neue Promotion, die die Pizzaexperten ab Mai für ihre leckere BIG CITY Pizza starten: Wagner bringt als erster Pizzahersteller die



Pressekontakt:

Nestlé Wagner GmbH
In den Schemeln 4
66620 Nonnweiler

Rosmanith & Rosmanith GbR
Unter den Eichen 7
65195 Wiesbaden

Lars Rosmanith
Fon: +49 611-7165479-21
Fax: +49 611-711810-33
Email: lars@rosmanith.de

Fachpressemitteilung

digitale Technologie „Augmented Reality“ in die Tiefkühltruhe – und nutzt die bei jungen Leuten so beliebten Kamera-Filter auf Instagram und Facebook für eine passgenaue Zielgruppenansprache: BIG CITY Pizza-Fans können per Smartphone-Scan eines auf den Promo-Faltschachteln abgedruckten QR-Codes verschiedene Kamera-Filter aktivieren, um spannende Augmented Reality-Spiele oder witzige Selfie-Videos zu erleben. Das Installieren einer separaten App ist nicht notwendig.

Wer zum Beispiel den QR-Code auf der BIG CITY Pizza Boston scannt, vorausgesetzt, man hat eine Facebook- oder Instagram-App, kann sofort auf seinem Display Basketball spielen. Öffnet man den Code der BIG CITY Pizza London wird man zum Wachmann am Buckingham Palast, natürlich inklusive Bärenfellmütze, und bei der BIG CITY Pizza Rome steckt man virtuell in einer alten Römer-Rüstung.

Die Promotion läuft in drei Wellen bis Oktober 2020, bei denen jeweils drei BIG CITY Pizza-Varianten mit einem eigenen AR-Game oder -Filter punkten werden. „Wir unterstützen diese Aktion am POS durch spezielle Promo-Werbemittelpakete und im Web durch gezieltes Influencer-Marketing auf allen relevanten Social-Media-Kanälen“, so Judith Petit, die Leiterin Handelsmarketing bei Nestlé Wagner: „Mit dieser Promotion stärken wir nicht nur das BIG CITY Pizza Image als trendige Marke, die der jungen Zielgruppe immer neue Alternativen bietet, sondern bringen gleichzeitig neue Verbraucher an die Truhe und sorgen für zusätzlichen Abverkauf – und das Ganze bei null Aufwand für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Handel.“

¹Quelle: Nielsen Market Track, TK-Pizza, Umsatzmarktanteil Steinofen Flammkuchen, Deutschland, LEH+DM, 2019

²Quelle: GfK, Consumer Panel Service, TK-Pizza, Käuferreichweite in Mio. Haushalten, Deutschland gesamt, 2019

Zu Nestlé Wagner

Die Nestlé Wagner GmbH ist einer der größten Hersteller von Tiefkühlpizzen in Europa. In Deutschland erreicht der Pizza-Spezialist einen Umsatz-Marktanteil von rund 30 Prozent und ist Marktführer für Steinofen-Pizza. Im saarländischen Nonnweiler arbeiten knapp 1.900 Mitarbeiter an der Zufriedenheit der Wagner Kunden. Das Sortiment reicht vom Klassiker Original Wagner Steinofen über die Pizza-Häppchen Original Wagner Piccolinis, herzhafter Flammkuchen, Big CITY Pizza, *Die Backfrische*, dem Ofenbrot Rustipani, ERNST WAGNERS Original und ERNST WAGNERS Frische Teige bis hin zu den vegetarischen und veganen Pizzen von Garden Gourmet.

Pressekontakt:

Nestlé Wagner GmbH
In den Schemeln 4
66620 Nonnweiler

Rosmanith & Rosmanith GbR
Unter den Eichen 7
65195 Wiesbaden

Lars Rosmanith
Fon: +49 611-7165479-21
Fax: +49 611-711810-33
Email: lars@rosmanith.de