



Nonnweiler, 12.01.2022

Die neue BELLA NAPOLI & viel Power im „Veganuary“

- Großartig großformatig: BELLA NAPOLI von Nestlé Wagner
- Pflanzliches Wachstum: Im „Veganuary“ sorgt Wagner für Umsatzplus

Großartig großformatig: BELLA NAPOLI von Wagner

„Der Pizzarand sieht aus wie selbstgemacht“, „Schmeckt wie in der Pizzeria“* – das sind nur zwei der begeisterten Verbraucher-Stimmen bei der Marktforschungsanalyse zur neuen **BELLA NAPOLI** von Wagner. Denn die Pizzaexperten aus Nonnweiler haben die großformatige Pizza jetzt noch authentischer gemacht: Mit einer neuen Rezeptur samt **luftig-krossem Rand** aus original italienischem Pizzateig bietet die neue **BELLA NAPOLI** Pizzagenuss „originale italiano“.



Neue Käufer, mehr Umsatz

„Mit unserer 100% Genussgarantie konnten wir die Käuferreichweite sowie die Wiederkaufsrate unserer jüngsten Kreation im letzten Jahr erfolgreich steigern“, betont Judith Petit, Head of Shopper Activation bei Nestlé Wagner: „Jetzt zünden wir die nächste Stufe: Eine verbesserte Rezeptur mit noch authentischerem luftig-krossem Rand, eine optimierte Verpackung samt neuem Namen bedeuten noch mehr Aufmerksamkeit am POS und eine 360-Grad-Kampagne sorgt für neue Käufer und mehr Umsatz bei unseren Handelspartnern.“

Wie handgemacht: Der neue Rand

So muss eine Pizza sein: Aus original italienischem Pizzateig, kurz und extra heiß auf Stein gebacken. Der Rand kross, aber trotzdem luftig, unregelmäßig geformt und mit aromatisch-lecker gebräunten Stellen. „Eben genau wie handgemacht“, freut sich Judith Petit über das top Verbraucher-Feedback aus der Marktforschung: „Die Konsumenten lieben unsere **BELLA NAPOLI**.“

Noch italienischer: Nur noch BELLA NAPOLI

„Die Pizza wird in der Region Neapel hergestellt und verarbeitet – noch italienischer geht es nicht“, betont die Nestlé Wagner Managerin. Diese Authentizität und den Produktvorteil unterstreicht Nestlé Wagner nun mit einem neuen Namen: ab sofort heißt die Pizza nur noch **BELLA NAPOLI**. Judith Petit: „Gleichzeitig zum

Pressekontakt:

Nestlé Wagner GmbH
In den Schemeln 4
66620 Nonnweiler

Rosmanith & Rosmanith GbR
Philippbergstraße 36
65195 Wiesbaden

Lars Rosmanith
Fon: +49 163 5000582
E-Mail: lars@rosmanith.de



Namenswechsel haben wir auch die Verpackung sanft angepasst, um den neuen Rand zu betonen und für noch mehr Aufmerksamkeit bei den Shoppfern zu sorgen.“

Digital & POS: 400 Millionen Kontakte

Nestlé Wagner startet für die neue **BELLA NAPOLI** im Februar 2022 eine große Kampagne, mit der rund 400 Millionen Mediakontakte erreicht werden. Im Mittelpunkt stehen zahlreiche digitale Maßnahmen wie dynamisch, personalisierte Videos und Display-Ads, die Zielgruppenansprache über Influencer und Content auf den Social Media Plattformen YouTube, Facebook, Instagram und TikTok. Judith Petit: „Natürlich arbeiten wir auch bei der Kampagne für unsere **BELLA NAPOLI** wieder ganz eng mit unseren Partnern im Handel zusammen und schnüren für die Teams in den Märkten ein großes Paket mit wirksamen Werbemaßnahmen.“ In vielen Märkten machen Großflächenplakate auf die neue **BELLA NAPOLI** aufmerksam, POS Radio erreicht die Shopper im Markt, Verkostungstage machen Lust auf mehr **BELLA NAPOLI** und POS-Material sorgt für viel Aufmerksamkeit. „Gleichzeitig unterstützen wir den Abverkauf mit bewährten Aktionsinstrumenten wie Couponing- und Zugabe-Aktionen.“

*Quelle: Unabhängiges Marktforschungsinstitut, Juli 2021, quantitative Verkostungsmarktforschung

Pflanzliches Wachstum:

Im „Veganuary“ sorgt Wagner für Umsatzplus

Echt Wagner - echte Verantwortung: Nestlé Wagner startet für den Veganuary 2022 eine große Kampagne, mit der rund 50 Millionen Mediakontakte erreicht werden. Im Mittelpunkt stehen die veganen, klimaneutralen Piccolinis sowie das neue Rustipani Dunkles Ofenbrot Pilz-Trio. Wagner bietet umfassende Infos, Tipps und Tricks zur veganen Ernährung und nutzt vor allem Social Media wie Facebook, Instagram und TikTok: Influencer testen die Produkte, Wagner Kollegen berichten über die Challenge sich einen Monat vegan zu ernähren und ein Gewinnspiel lädt zum Mitmachen ein. Weiterhin werden am POS werbewirksame Werbemittel, die auf die veganen Produkte im Sortiment hinweisen, eingesetzt.

Zu Nestlé Wagner

Die Nestlé Wagner GmbH ist einer der größten Hersteller von Tiefkühlpizzen in Europa. In Deutschland erreicht der Pizza-Spezialist einen Umsatzmarktanteil von rund 30 Prozent. Im saarländischen Nonnweiler arbeiten über 1.700 Mitarbeiter an der Zufriedenheit der Wagner Kunden. Das Sortiment reicht vom Klassiker Original Wagner Steinofen Pizza über die Mini-Pizzen Original Wagner Steinofen Piccolinis, herzhafter Flammkuchen, Original Wagner Steinofen Pizzas, BIG CITY Pizza, Die Backfrische, BELLA NAPOLI und dem Ofenbrot Rustipani bis hin zu den vegetarischen und veganen Pizzen von Garden Gourmet.

Pressekontakt:

Nestlé Wagner GmbH
In den Schemeln 4
66620 Nonnweiler

Rosmanith & Rosmanith GbR
Philippsbergstraße 36
65195 Wiesbaden

Lars Rosmanith
Fon: +49 163 5000582
E-Mail: lars@rosmanith.de