



HANSANO frisch Markenauftritt auf

Düsseldorf / Upahl, 08.07.2019. Die Marke HANSANO von der Genossenschaft Arla Foods beliefert Norddeutschland seit über 55 Jahren mit köstlichen Molkereiprodukten. Eine neue Markenpositionierung und ein neues Verpackungsdesign stellen das Thema Genuss ab sofort in den Vordergrund. Zudem sollen zukünftig verstärkt auch jüngere Käufer angesprochen werden.

Die Milchmarke HANSANO positioniert sich neu: Im Mittelpunkt stehen noch immer die norddeutschen Wurzeln der Marke sowie beste Milchprodukte. Gleichzeitig will HANSANO sich facettenreicher aufstellen und neue Kategorien erschließen. „HANSANO Produkte kennen und schätzen viele Norddeutsche bereits seit ihrer Kindheit. Um auch in Zukunft einen festen Platz in ihren Herzen und in ihrem Alltag einzunehmen, verjüngen wir die Marke und haben hierzu bereits das Verpackungsdesign angepasst. Außerdem werden wir in Zukunft Produktinnovationen, die insbesondere jüngere Käufer ansprechen, auf den Markt bringen“, erklärt Elise Bijkerk, Senior Marketing Direktor bei Arla Foods in Deutschland. Insgesamt sollen die Kategorien Joghurt, Quark und Sahne weiter ausgebaut werden.

Das überarbeitete Design der HANSANO Verpackungen setzt einen klaren Fokus auf das Thema Genuss und wirkt dadurch moderner. Grüne Landschaften bleiben nach wie vor als Symbol für die norddeutsche Landschaft auf den Verpackungen bestehen. Gleichzeitig wurde das Arla Logo auf den neuen Verpackungen integriert, um die Verbindung zur Genossenschaft und ihren Qualitätsansprüchen zu verdeutlichen.

Neben einem neuen Design bietet HANSANO den Kunden zukünftig ein weiteres Qualitätsversprechen in Bezug auf die Frische Weidemilch. Durch den Beitritt der Genossenschaft Arla zum Programm PRO WEIDELAND, wird auch HANSANO Teil eines Bündnisses aus fast 30 namenhaften Institutionen, die gemeinsam die Weidehaltung als naturnahe Haltungsform fördern. Auf diese Weise leistet die Marke einen positiven Beitrag für Umweltschutz, Tierwohl und Biodiversität. Gleichzeitig steigen mit dem neuen Gütesiegel auch die Anforderungen an die Produktion: Jeder Milchkuh müssen 2.000m² Weidefläche auf Dauergrünland zur Verfügung stehen. Das PRO WEIDELAND Gütesiegel wird fortan die Verpackungen der HANSANO Frische Weidemilch zieren und damit Kunden über das positive Engagement informieren. Dies soll zu einer noch besseren Vermarktung der Produkte beitragen.

Pressebilder stehen Ihnen [HIER](#) zum Download bereit. Bitte verwenden Sie den Fotocredit „HANSANO“.



Über Arla Foods

Arla Foods ist eine europäische Molkereigenossenschaft und gehört den rund 10.300 Arla Landwirten aus Belgien, Dänemark, Deutschland, Großbritannien, Luxemburg, Schweden und den Niederlanden. Das Unternehmen mit rund 19.000 Mitarbeitern erwirtschaftete 2018 einen globalen Umsatz von 10,4 Mrd. Euro. Arla Produkte werden weltweit unter bekannten Markennamen wie Arla®, Castello®, Lurpak® und Puck® in mehr als 120 Ländern der Erde vertrieben. Das Unternehmen ist der weltweit größte Hersteller von Molkereiprodukten in Bio-Qualität. In Deutschland ist Arla Foods mit starken Marken wie Arla Buko®, Arla® Skyr und Kaergarden® vertreten. Deutschland gehört zu den sechs Kernmärkten des Unternehmens. Hierzulande ist Arla Foods das drittgrößte Molkereiunternehmen und beschäftigt rund 2.000 Mitarbeiter in verschiedenen Werken und der Deutschland-Zentrale in Düsseldorf. Weitere Informationen finden Sie unter www.arlafoods.de

Pressekontakt Edelman:

Jennifer Saß
Barmbeker Str. 4, 22303 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 356 206 012, E-Mail: arlagermany@edelman.com

Pressekontakt Arla Foods Deutschland:

Markus Teubner, Pressesprecher
Wahlerstr. 2, 40472 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 152 / 54 64 79 61, E-Mail: presse@arlafoods.com