

13. Februar 2017

„Was immer dich bewegt, Arla® Skyr bringt dich weiter“

Die Motivation, die eigenen Ziele zu erreichen, steht im Fokus der neuen Kampagne 2017

Düsseldorf – Unter dem Motto “Was immer dich bewegt, Arla® Skyr bringt dich weiter” startet Arla® Skyr in diesem Jahr eine neue, emotionale Markenkampagne, die auf eine persönliche Ansprache der Konsumenten setzt. Am Anfang des umfassenden 360-Grad-Kommunikationsprogrammes steht der neue TV-Spot, mit dem Arla Foods das Wachstum der Top-Innovation weiter kräftig vorantreiben und die Markenbekanntheit steigern will. Inspiriert durch das positive Lebensgefühl der Isländer, die seit jeher auf das traditionelle Molkereiprodukt Skyr vertrauen, zeigt dieser anschaulich, wie Willensstärke, Optimismus und eine Portion Arla® Skyr dabei unterstützen, die eigenen Ziele zu erreichen.

Der TV-Spot begleitet die Isländerin Kristín bei ihrem Vorhaben, die geliebte Heimatinsel Island auf dem Fahrrad zu umrunden. Auf der Karte zeigt sie die geplante Strecke um die Insel und radelt anschließend in winterlicher Montur über eine schneebedeckte Straße – ihr Ziel immer vor Augen. Zu einer perfekten Vorbereitung – egal ob für die Tour oder jeden Tag – gehört für Kristín und ihre Familie eine große Portion Arla® Skyr. Durch die Zusammensetzung aus viel Protein und wenig Fett ist das Produkt genau das Richtige, um die eigenen Ziele zu erreichen – egal was kommt.

„Sympathisch, bodenständig, aktiv – und ein kleines bisschen verrückt. Mit diesen positiven Eigenschaften, die Island und seine Bewohner so einzigartig machen, wollen wir Arla® Skyr emotional aufladen“, erklärt Anna Rabanus, Brand Managerin für Arla® Skyr bei Arla Foods. „Unser Ansporn ist es, Verbrauchern nicht nur ein gut schmeckendes Produkt anzubieten, sondern sie damit gleichzeitig zu motivieren, ihre persönlichen Ziele zu verfolgen.“

Der neue Spot wird ab Februar im TV ausgestrahlt und zudem online verbreitet.

13. Februar 2017

Arla® Skyr: prämiert von Handel und Verbrauchern

Seit der Markteinführung im Sommer 2015 ist Arla® Skyr die Nummer 1 unter den Innovationen bei Molkereiprodukten. Geschmack und Sortiment überzeugten Verbraucher und Handel sofort. So wurde Arla® Skyr von der Fachzeitschrift Rundschau für den Lebensmittelhandel mit dem „BESTSELLER 2016“ in der Warengruppe Joghurt ausgezeichnet. Die Naturvariante gewann den „Good Food Award 2016“ der Lifestyle Magazine Men’s Health und Women’s Health.

„Wir wollen diese starke Position in 2017 optimal nutzen, um die Markenbekanntheit des Produkts weiter zu steigern und neue Käufer hinzu zu gewinnen. Dabei setzen wir vor allem auf unseren Werbespot, Produktneuheiten sowie weitere aufmerksamkeitsstarke Kommunikationsaktivitäten“, unterstreicht Elise Bijkerk, Senior Director Milk & Yogurt Category bei Arla Foods Deutschland. „Im Lebensmitteleinzelhandel konnte sich Arla® Skyr in den vergangenen zwei Jahre bereits als wichtiger Wachstumstreiber in der Kategorie Quark etablieren. Diesen Erfolg werden wir in den kommenden Monaten weiter ausbauen und den Markt auf diese Weise weiter vorantreiben.“

Arla® Skyr ist der perfekte Begleiter, um persönliche Ziele zu erreichen

Produkte mit viel Eiweiß, wenig Fett und wenig Zucker gehören aktuell zu den stärksten und stabilsten Foodtrends. Genuss und leckerer Geschmack spielen dabei eine ebenso große Rolle wie eine bewusste Ernährung. „Für die Herstellung von Arla® Skyr wird viermal so viel Milch wie für Joghurt verwendet“, erläutert Anna Rabanus. „Das macht die isländische Spezialität Skyr so cremig wie Quark, so erfrischend wie Joghurt und sorgt dabei für die eiweißreiche und fettarme Zusammensetzung des Produkts. Damit passt Arla® Skyr perfekt zum Lebensstil aktiver Menschen, die, wie auch unsere Protagonistin im Spot, viel vorhaben.“

13. Februar 2017

Die besondere Mischung aus skandinavischen und beliebten heimischen Sorten sorgen für neue Geschmackserlebnisse. So gibt es Arla® Skyr aktuell in vier unterschiedlichen Geschmacksrichtungen im 150-Gramm-Becher, als Natur-, Vanille- und Honig-Variante sowie der Frucht-Sorte Himbeer-Cranberry im 450-Gramm-Becher.

Arla – im Besitz unserer Milchbauern

Diesen Grundsatz verfolgt die Molkereigenossenschaft Arla Foods aus Überzeugung. Eigentümer von Arla sind die Milchbauern, die auch den Rohstoff für die beliebten Milchprodukte liefern. Das sind heute rund 12.000 Landwirte aus Schweden, Dänemark, Deutschland, Großbritannien, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden. Gemeinsam tragen sie die Verantwortung für die artgerechte Haltung der Milchkühe und die hohe Qualität der Arla Produkte. Diesen Anspruch untermauert das grüne Arla Siegel. Verbraucher wissen so, dass sie durch den Kauf von Arla Produkten direkt das Engagement der Arla Milchbauern unterstützen.

Über Arla Foods

Arla Foods ist eine zukunftsorientierte Molkereigenossenschaft im Besitz von rund 12.000 Landwirten aus Schweden, Dänemark, Deutschland, Großbritannien, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden. Arla Produkte werden unter bekannten Markennamen wie Arla®, Lurpak® und Castello® in mehr als 100 Ländern der Erde vertrieben. Arla verfügt über Produktionsstätten in zwölf Ländern und Vertriebsniederlassungen in insgesamt 30 Ländern. Arla ist außerdem der weltweit größte Hersteller von Molkereiprodukten in Bio-Qualität. Deutschland gehört zu den sechs Kernmärkten des Unternehmens. Arla Foods ist seit 2012 das drittgrößte Molkereiunternehmen in Deutschland.

Weitere Informationen finden Sie unter www.arlafoods.de

PRESSEINFORMATION

13. Februar 2017

Ansprechpartner Arla Foods Deutschland

Annika Albrecht, PR Manager

Wahlerstr. 2, 40472 Düsseldorf

Tel.: +49 (0) 211 47231-400, E-Mail: presse@arlafoods.com

Ansprechpartner Presseanfragen

MSL Germany, Anja Reith

Otto-Meißner-Str. 1, 60314 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0) 69 6612456-8325, E-Mail: anja.reith@msslgermany.com