



Feinkostmarke Dr. Doerr mit neuem Auftritt

Ab September: Bewährte Qualität im neuen Verpackungsdesign



Jeder kennt sie – jeder liebt sie: die leckeren Feinkostprodukte des Dresdner Familienunternehmens Dr. Doerr. Von Feinkostsalaten, über Brotaufstriche bis hin zu feinen Remouladen und Mayonnaisen sind die Produkte des Hauses seit über 75 Jahren weit über Sachsen hinaus bekannt und beliebt.

Eine Tradition, dem sich das Unternehmen auch in seinen Grundwerten verpflichtet: „Qualität, Frische, regionaler Geschmack und ein vielfältiges Angebot sind seit jeher unsere Maxime“, erläutert Christian Doerr, der das Unternehmen in dritter Generation führt, den eigenen Anspruch. Und ergänzt: „Daran lassen wir uns täglich gerne aufs Neue messen. Ein Grund zum Beispiel, weshalb wir die Konsum-Märkte mehrmals pro Woche beliefern – mit unserem SB Sortiment, unseren Thekensalaten und „Die Thekenfrischen“, den vorverpackten Thekensalaten in Feinkosttruhen. Kurze Lieferwege garantieren

eine Frische, die unsere Kunden mögen“. Ab September erscheint Dr. Doerr nun in einem neuen Marken-Gewand. Ein frisches „Brombeer“ wird zur Markenfarbe. Erkennbar im modernen, aufmerksamkeitsstarken Packungsdesign des SB Sortimentes, das 35 Produkte umfasst. „Das hilft unseren Kunden bei der Orientierung im Markt. Gleichzeitig haben wir die Erkennbarkeit der einzelnen Sorten deutlich optimiert“, erläutert Christian Doerr den neuen Auftritt.

Die Marke erhält ferner einen neuen Slogan: „Dr. Doerr. Der Leckermacher“. „Wir wissen, dass der Verbraucher die Marke Dr. Doerr mit frischer Qualität, regionalem Geschmack und besonders leckeren Produkten assoziiert. Das wollen wir auch mit unserem neuen Slogan auf emotionale Art zum Ausdruck bringen“, führt Christian Doerr aus. Visualisiert wird der neue Slogan durch einen sympathischen, illustrierten Koch, der in einer Vielzahl

werblicher Aktivitäten zum Einsatz kommt. So erscheint der Koch auch im völlig neu entwickelten Internetauftritt www.dr-doerr.de. Und der gesamte Fuhrpark ist zukünftig mit aufmerksamkeitsstarken Motiven unterwegs.

Zeitgleich zum neuen Marken-Auftritt werden unter der Range „Feinster Genuss“ auch zwei neue Produkte eingeführt: „Flusskrebsfleisch in Knoblauchcreme“ und „Wild-Lachs in Honig-Senf-Creme“. Feinste Genuss-Produkte, die bislang in allen Befragungen auf höchste Akzeptanz gestoßen sind.

Handel und Verbraucher dürfen sich also auf viel Neues bei Dr. Doerr freuen. Nur an der Qualität hat sich nichts geändert – genauso wie an den Packungsgrößen und den Preisen.

Das hört sich doch lecker an!