



Pressemitteilung

## **Kommunikationsoffensive von Hengstenberg**

„Welcher Mildessa-Esser bist du?“

***Esslingen, Oktober 2020. Lebensmittelhersteller Hengstenberg startet zur Kohl- und Krautsaison eine reichweitenstarke Kommunikationsoffensive rund um seine starke Marke Mildessa.***

Ob als Beilage zum Sonntagsbraten, als Begleiter zu anderen Klassikern, wie einem Kassler oder als Zutat in einer wärmenden Suppe, Sauerkraut und Rotkohl sind vielseitig einsetzbar. Vor allem im Herbst und Winter findet das Gemüse Einzug in die Küchen und wird ab Ende Oktober in einem umfangreichen Kommunikationspaket von Hengstenberg beworben.

*„Wir wollen zeigen, wie vielseitig unser Mildessa Sortiment verwendet werden kann und bieten so dem Verbraucher gleichzeitig Anwendungsinspirationen“, so Janina Märkle, Brand Managerin der Marke Mildessa.*

Über 18/1 Plakate an hoch frequentierten Flächen am PoS werden verschiedene Anwendungsanlässe kommuniziert. „Welche Mildessa-Esser bist du?“, wird der Betrachter gefragt. Eher ein Braten-Bruder, eine Suppen-Schwester oder ein Kassler-Kumpel? Oder vielleicht sogar alles zusammen? Bei diesen unterschiedlichen Typen findet sich jeder Mildessa-Liebhaber wieder. Die Kombination aus Alliteration, Produktanwendung und direkter Ansprache der Zielgruppen sorgt für hohe Aufmerksamkeit.

Rund 43 Mio. Kontakten wird Hengstenberg mit der Plakatkampagne erzielen. Mit Steckplakaten an den Displays werden die Motive direkt an den PoS verlängert. Darüber hinaus sind als zusätzliche Maßnahmen PR-Kooperationen, eine Influencer-Kampagne sowie die Verlängerung der Kampagne auf den eigenen digitalen Kanälen geplant.

Für die Mildessa Krautspezialitäten verwendet Hengstenberg ausschließlich Kohl aus deutschem Anbau.

Zeitraum der Kommunikationsoffensive: Herbst / Winter 2020

Zeitraum der Plakatkampagne: 30.10. – 19.11.

Kontakte OoH-Kampagne: 43 Mio.

Verlängerung über: Steckplakate am PoS, Integration auf hengstenberg.de und in den sozialen Medien, Influencer-Kampagne, PR-Kooperationen

1.982 Zeichen (mit Leerzeichen)



### Hengstenberg Mildessa Plakatkampagne

In einer nationalen OoH-Kampagne mit Stellflächen im unmittelbaren Umkreis von Supermärkten kommuniziert Hengstenberg im Oktober und November die vielseitigen Verwendungsmöglichkeiten von Mildessa Sauerkraut und Rotkohl. Bei den unterschiedlichen Motiven findet sich jeder „Mildessa-Esser“ wieder und die Konsumenten erhalten gezielt Rezeptinspirationen, um die Mildessa Produkte in der kalten Jahreszeit zu genießen.

Bildmaterial: Download unter [Link](#)

Sie wollen sich selbst überzeugen? Produktproben gibt's unter [presse@hengstenberg.de](mailto:presse@hengstenberg.de)

### Über Hengstenberg:

Die Hengstenberg GmbH & Co. KG ist ein traditionsreiches Familienunternehmen der Lebensmittelbranche – gegründet 1876 und bis heute zu 100 % in Familienbesitz. Unter den Marken Hengstenberg, Mildessa, KNAX / STiCKSi, Altmeister und ORO di Parma führt das Unternehmen ein vielfältiges und hochwertiges Sortiment rund um Krautprodukte, Essig, Gurken, Gemüse- und Feinkostspezialitäten sowie ein breit gefächertes Angebot italienischer Tomatenprodukte. Die Gruppe produziert in Deutschland und Italien. Sie beschäftigt rund 450 Mitarbeiter an drei Standorten – Esslingen, Bad Friedrichshall und Fritzlar.

### Pressekontakt / Bildmaterial / Informationen:

Hengstenberg GmbH & Co. KG – Katja Behringer – 0711 3929 1278 – [presse@hengstenberg.de](mailto:presse@hengstenberg.de)  
[www.rodiparma.de](http://www.rodiparma.de) – [www.hengstenberg.de](http://www.hengstenberg.de)