



München, März 2024

Alois Dallmayr Kaffee oHG

Presseleitung: Simone Werle

Kontakt: Nicole Mork

Tel.: +49 (89) 2135-285

E-Mail: presse-kaffee@dallmayr.de

REDESIGN

Dallmayr prodomo und Classic in neuem Look

60 Jahre Qualität: Dallmayr frischt seinen Klassiker prodomo und die Filterkaffee-Linie Classic auf

MÜNCHEN, MÄRZ 2024

Dallmayr prodomo wird in diesem Jahr 60 Jahre alt. Zum Jubiläum hat der Münchner Traditionsröster das Packungsdesign seines Klassikers sanft modernisiert. Im Rahmen des Redesigns erstrahlt auch das Classic Filterkaffee-Sortiment in neuem Glanz. Die schrittweise Einführung startet ab Ende März 2024.



**Das Original.
Jeden Tag einmalig!**



Dallmayr



PRESSEMITTEILUNG

München, März 2024

DALLMAYR PRODOMO: DAS ORIGINAL SEIT 1964

Dallmayr prodomo, seit sechs Jahrzehnten Synonym für herausragende Qualität, macht ein Stück deutscher Kaffeekultur aus. Die Marke, die Millionen täglich begleitet, präsentiert sich in einem sanft modernisierten Design, das die Tradition mit zeitgemäßer Ästhetik verbindet.

„Kaum ein anderer Name hat den Kaffeegeschmack von Generationen so geprägt wie unser prodomo, den mein Großvater vor 60 Jahren kreiert hat. Vieles ist geblieben, wie es immer war. Manches haben wir im Laufe der Zeit behutsam angepasst und den Genuss des Klassikers für alle Zubereitungsmethoden möglich gemacht. So ist prodomo über all die Jahre die Marke geblieben, die Generationen begeistert“,
erklärt Ellen Ruthrof, Leitung Marketing-Kommunikation bei Dallmayr Kaffee.



TRADITION TRIFFT AUF MODERNES DESIGN

Das klare, goldene Packungsdesign mit der blauen Lasche ist heute ebenso unverwechselbar, wie die bekannten Werbespots. Zum Jubiläum hat Dallmayr die Verpackung sanft modernisiert, ohne das ikonische Design zu verändern: der Goldton und die Sortenfarben wurden aufgefrischt und an den Details der Packung gearbeitet. Der neue Zusatz „Das Original“ unter der bekannten Dallmayr Krone unterstreicht den Qualitätsanspruch und den seit 1946 unverwechselbaren Geschmack. Der Inhalt, 100% Arabica-Bohnen, bleibt unverändert, während ein aufmerksamkeitsstarker Button die sortenreine Herkunft der Bohnen betont. Der Sortenname, die Qualitätsgarantie in geschwungener Handschrift sowie die Intensität der Bohnen rücken gemeinsam nach unten und runden das moderne Verpackungsdesign ab.

„Das Packaging ist mit den Werbekampagnen unsere sichtbarste und wertvollste Stärke. Neben dem hohen Qualitätsanspruch hat die ikonische Verpackung und das stetige behutsame Redesign dazu beigetragen, dass sich prodomo zur absoluten Love Brand entwickelt hat. Statt eines kompletten Rebrandings, stärken wir mit dem Claim „Das Original“ den Markenkern von prodomo. Bereits die sanfte Überarbeitung der traditionellen Elemente hat einen positiven Effekt in der Außenwahrnehmung. Dazu setzen wir auf Online und Social Media mit neuen Rezepten und Zubereitungstipps, um prodomo für die junge Zielgruppe zu öffnen“,
erklärt Caroline Epping, Head of Marketing bei Dallmayr Kaffee.





DALLMAYR CLASSIC: KAFFEE FÜR JEDEN ANLASS

Im Zuge des Redesigns von Dallmayr prodomo erstrahlen auch die drei Classic Filterkaffees in frischem Glanz. Neu ist – neben dem modernisierten Verpackungsdesign – die Farbgebung, die die einzelnen Kaffeesorten klarer voneinander abhebt. „Dallmayr Classic“ präsentiert sich ab sofort in einem satten Dunkelgrün, „Dallmayr Classic mild“ mit halbem Koffeingehalt in einem sanften Petrol-Grün und „Dallmayr Classic kräftig“ in einem kräftigen Aubergine. An der Rezeptur hat sich auch hier nichts geändert. Ob klassisch, mild oder kräftig – die fein ausbalancierten Mischungen von Arabica- und Robusta-Bohnen schmecken pur oder mit Milch, ideal zum Frühstück, zwischendurch oder am Abend.



STARKE MARKEN. STARKER MEDIAEINSATZ.

Etwa jede sechste verkaufte Packung Filterkaffee ist ein Dallmayr Kaffee¹. Mit einer Markenbekanntheit von 95 Prozent gehört Dallmayr prodomo (Latein: „für das Haus“, frei übersetzt: „sich selbst etwas Gutes tun“) zu den erfolgreichsten Kaffeeprodukten in Deutschland und ist der umsatzstärkste Einzelartikel im Lebensmitteleinzelhandel². Er wird in über 40 Ländern weltweit vertrieben. Darüber hinaus ist Dallmayr prodomo entkoffeiniert die Nummer 1 unter allen entkoffeinierten gemahlten Filterkaffees³. Neben der Topmarke prodomo steht mit Dallmayr Classic ein weiterer erfolgreicher Klassiker im Regal. Seit 4 Jahren rangiert der Spitzenkaffee im Handel unter den Top 10 der stärksten Einzelartikel im Segment Filterkaffee⁴. Insgesamt sind vier Filterkaffees von Dallmayr unter den Top 15 Filterkaffees platziert⁴. Um die Spitzenposition auszubauen, wird das Redesign mit umfassenden Werbemaßnahmen samt Printanzeigen, OOH- und POS-Aktionen sowie Online und auf Social Media begleitet.



Die schrittweise Einführung des neuen Designs für Dallmayr prodomo und Classic startet ab Ende März 2024.

¹Quelle: Circana Unify+; LEH Total >= 200qm + DM nach Geschäftstypen; Verkauf 1.000 Stück; gemahlen klassisch; KW 01 52 2023

²Quelle: Circana Unify+; LEH Total >= 200qm + DM nach Geschäftstypen; Verkauf 1.000 Euro; gemahlen klassisch; KW 01 52 2023

³Quelle: Circana Unify+; LEH Total >= 200qm + DM nach Geschäftstypen; Verkauf 1.000 Euro; gemahlen klassisch; Entkoffeiniert; KW 01-52 2023

⁴Quelle: Circana Unify+; LEH Total >= 200qm + DM nach Geschäftstypen; Verkauf 1.000 Menge; gemahlen klassisch; KW 01 52 2023

WEITERE INFORMATIONEN FÜR DIE PRESSE SOWIE DRUCKFÄHIGES BILDMATERIAL BEI

Alois Dallmayr Kaffee oHG, Pressestelle

Simone Werle (Leitung)

Nicole Mork

Dienersstraße 14-15, 80331 München

E-Mail: nicole.mork@dallmayr.de

Tel.: +49 (89) 2135-285, Fax: +49 (89) 2135-167

www.dallmayr.com