

## Starke Aufstellung für mehr Knabberspaß und Umsatz

**KLUTH und MARYLAND bieten 2022 süßen, salzigen und würzigen Snackgenuss.**

Henstedt-Ulzburg, November 2021. Der Pro-Kopf-Absatz von Knabberartikeln steigt seit 2017 kontinuierlich<sup>1</sup> und auch Nüsse und Nussmischungen liegen als Snacks weiter im Trend. Für knackige Abwechslung und mehr Umsatz sorgt die Herbert Kluth (GmbH & Co. KG) auch in 2022. Dabei setzt die Unternehmensgruppe ihre konsequente Mehrmarkenstrategie fort.

### Erfolgreicher Designrelaunch und neue Snacks für die grünen Klassiker

Für die Premiummarke KLUTH setzte das Familienunternehmen 2021 einen umfassenden Relaunch um. Dabei wurde das Verpackungsdesign vollständig modernisiert und der Nutri-Score auf allen Produkten ergänzt. Der **Nutri-Score** bietet den Verbrauchern weitere Orientierung am Regal und setzt gleichzeitig Kaufimpulse. „Mit der Marke KLUTH möchten wir Konsumenten dabei unterstützen, sich ausgewogen zu ernähren. Der Einsatz des Nutri-Scores war deshalb für uns ein folgerichtiger Schritt“, sagt Marketingleiter Sven Schenkewitz.



Nach dem erfolgreichen Relaunch startet KLUTH mit drei starken Snackartikeln in das neue Jahr: Die beliebten **Bali-Cashews 75 g**, mit denen die Marke soziale Projekte in Indonesien fördert, kehren dauerhaft in das KLUTH-Sortiment zurück. Schonend geröstet und mit natürlicher Vanille weiterveredelt

ergänzen als Neuprodukt **KLUTH Vanille Cashews 100 g** die süße Snackauswahl der Marke. Des Weiteren gibt es ab sofort die beliebten Pistazien, geröstet & gesalzen im praktischen **KLUTH 225 g** Snack-Becher.

<sup>1</sup> Statista Customer Market Outlook 2020

## Fokus auf Snacks im Becher bei MARYLAND

Auch bei MARYLAND steht das beliebte Becherformat im Fokus und wird 2022 einen Vermarktungsschwerpunkt bilden. Die trendige Marke, die sich vor allem an eine jüngere Käuferschaft richtet, hat dafür bereits im Herbst 2021 verschiedene Neuprodukte platziert. Seitdem ergänzen die drei neuen Geschmacksrichtungen **Oriental Style, Ungarisch Style und Currywurst Style** das Sortiment der würzigen MARYLAND Snack Nüsse im 275 g Becher.



„Besonders bei den salzigen Snacks konnte MARYLAND im vergangenen Jahr Marktanteile steigern und entwickelt sich weiter sehr positiv“, sagt Micha Kohn, Vertriebsleiter Marke. Salzige Nüsse gehörten in den letzten Jahren immer wieder zu den beliebtesten Knabberartikeln und zählen zu den Absatztreibern.<sup>2</sup>

Die Herbert Kluth (GmbH & Co. KG) mit Sitz in Henstedt-Ulzburg, nördlich von Hamburg, wurde 1928 gegründet. Das Unternehmen hat eine marktführende Position im Bereich internationaler Naturkost-Spezialitäten (hochwertige Trockenfrüchte, Nusskerne, Saaten).

Weitere Informationen im Internet unter [www.kluth.com](http://www.kluth.com).



kluth\_official



kluthofficial

Pressekontakt:

Herbert Kluth GmbH & Co. KG

Imke Duin

Heidekoppel 31

24558 Henstedt-Ulzburg

Fon: +49 (0)4193 96 62 – 764

E-Mail: [imke.duin@kluth.com](mailto:imke.duin@kluth.com)

---

<sup>2</sup> VuMA 2021: Erdnüsse, Nüsse +1,4 % Wachstum im Ranking der beliebtesten Sorten von Knabberartikeln 2019/2020. Prognose – Statista Consumer Market Outlook: 5,6 % Wachstum beim Pro-Kopf-Absatz von Knabberartikeln in Deutschland 2020/2021.