Neue Produktrange EILLES KAFFEE N° 1873 – ein starker Impuls zur Eroberung der Generation Y

Hamburg, Oktober 2019 – Mit einer neuen Signature Produktrange lenkt EILLES KAFFEE zum Jahresstart alle Aufmerksamkeit auf sich. Die Serie EILLES KAFFEE N° 1873 ist in drei Sorten erhältlich und stärkt das Angebot im Wachstumssegment Ganze Bohne. Ob beerig-fein, fruchtig-mild oder nussig-intensiv – begleitet von einer ausdrucksstarken Markenkampagne mit dem auffälligen Claim „Geschmack kommt nicht aus der Mode“ wird ein markanter Auftritt zur Stärkung einer jüngeren Zielgruppe garantiert.

EILLES KAFFEE N° 1873 ist die neue, junge Linie der Traditionsmarke EILLES KAFFEE und bedient mit einem zeitgemäßen Produktkonzept die anspruchsvolle Generation Y. Die drei ausgefallenen Sorten fruchtig-mild, beerig-fein und nussig-intensiv sind in der beliebten Packungseinheit 500g erhältlich und bauen das Segment Röstkaffee Ganze Bohne weiter aus. Mit den exklusiven Mischungen erfüllt EILLES KAFFEE zudem den zunehmenden Wunsch nach besonderen Geschmackserlebnissen, zeitgemäßem Design und einer authentischen Markengeschichte. „Joseph Eilles entwickelte mit viel handwerklichem Geschick raffinierte Kaffeerezepturen. Er liebte seinen Kaffee. Mit der Serie EILLES KAFFE N° 1873 bringen wir eine Auswahl seiner Favoriten wieder zurück. Als eine Hommage an Joseph Eilles und seine Leidenschaft“, erläutert Simone Müggenburg, Leiterin Zentrales Marketing J.J. Darboven und ergänzt: „So liefern wir eine radikal verjüngte Produktserie für die Gen Y und setzen einen starken Impuls am POS.“

Joseph Eilles

Geschmack kommt nicht aus der Mode – Dreimaliger Genuss

Durch die fein-aromatische Zusammenstellung ausgewählter Arabica-Bohnen aus Zentral- und Südamerika, Asien und Afrika sowie einer sorgfältigen Röstung entstehen drei eigenständige Spezialitäten mit klar definiertem Charakter. Die fruchtig-milde Mischung garantiert mit einer hellen Röstung ein ausgewogenes Aroma mit floralen Noten und fruchtigen Nuancen von frischer Stachelbeere und Hollunder. Während die helle bis mittlere Röstung der beerig-feinen Rezeptur angenehm fruchtige Aromen mit Anklängen von schwarzer Johannisbeere und Trauben aufweist. Nussig-intensiv trumpft die dritte mittel geröstete Sorte auf, deren vollmundiger Geschmack feine Noten von Nüssen und Karamell vermittelt. Flankierend dazu transportiert das minimalistische Design und die moderne, auffällige Farbwelt der Verpackungen stilvollen Kaffeegenuss. Mit der hellen, einzigartigen Gestaltung der 500g Packungen wird zudem eine erhöhte Sichtbarkeit im wachsenden Marktumfeld erreicht. Der

Launch von EILLES KAFFE N° 1873 wird durch eine aufmerksamkeitsstarke Display-Offensive und attraktive Zweitplatzierung als Anreiz für zusätzliche Impulskäufe unterstützt.

Geschmack kommt nicht aus der Mode – Kampagne mit Impact

Mit einer aufsehenerregenden Markenkampagne setzt EILLES KAFFEE ab Januar 2020 neue Maßstäbe. Neben einer intensiven Digitalvermarktung und einer Out-of-Home-Kampagne mit auffälligen, aufwendig produzierten Motiven in Großbildkamera-Optik, stellt eine starke Social-Media-Präsenz EILLES KAFFEE N° 1873 ins Spotlight. Durch diese mediale Schubkraft mit starken visuellen Impulsen wird die kaufstarke Zielgruppe der Generation Y auf allen gängigen Kanälen erreicht. „Die Online-Vermarktung insbesondere über Instagram und die Einbeziehung von Zielgruppen-affinen Influencern spricht gezielt die Gen Y an. So steigern wir nicht nur die Reichweite für den Produktlaunch, sondern pushen auch unser besonderes Storytelling medienwirksam“, erklärt Simone Müggenburg.

EILLES KAFFEE N° 1873 500g Ganze Bohne – ab Januar 2020

- Reichweitenstarke nationale OOH-Kampagne
- Aufmerksamkeitsstarke Display-Offensive
- Attraktive Zweitplatzierung
- Promotion am POS
- Starke Social-Media-Präsenz (Instagram und Facebook)
- Flankierende PR-Maßnahmen in Fach- und Publikumsmedien
- Produkt Sampling
- Mobile Verkostung
- WoM Kampagne
- UVP 7,99 Euro für 500g

Über EILLES KAFFEE:

EILLES wurde 1873 von Joseph Eilles in München gegründet. Die Marke ist ehemaliger, bayerischer Hoflieferant und auch heute ist das Wappen Teil des EILLES-Logos. Heutzutage ist EILLES KAFFEE in ganz Europa vertreten und sorgt mit den unterschiedlichen Edelmischungen für wahrhaftigen Kaffeegenuss. Die Traditionsmarke mit dem Claim „GUTES BLEIBT“ aus dem Hause J.J. Darboven steht für die Werte Tradition, Qualität und Vertrauen.

Zum Unternehmen J.J. Darboven:

J.J. Darboven wurde am 21. März 1866 von Johann Joachim Darboven in Hamburg gegründet. Das erfolgreiche hanseatische Familienunternehmen wird mittlerweile in vierter Generation geführt von Albert Darboven. Mit einem umfassenden Produktangebot aus Kaffee (z.B. IDEE KAFFEE, EILLES KAFFEE, Café Intención, Alberto,

Mövenpick und Sansibar), Tee (z.B. EILLES TEE, PLATEANUM) und Kakao (COCAYA) ist das Unternehmen Marktführer im Außerhausbereich und überzeugt mit seinen Kaffeemarken auch im Lebensmitteleinzelhandel. J.J. Darboven steht für Qualität, Tradition und Innovation. Die Firmengruppe ist aktuell in zehn europäischen Ländern aktiv.

Für weitere Informationen:

J.J. Darboven GmbH & Co. KG
Ute Lund
Telefon: 040 - 73335-408
Fax: 040 - 73335-121
Email: ulund@darboven.com
Web: www.darboven.com

lauffeuer Kommunikation GmbH
Friederike Bath
Telefon: 040 - 716 61 33-21
Fax: 040 - 716 61 33-11
Email: fb@lauffeuer-kommunikation.de
Web: www.lauffeuer-kommunikation.de