

PRESSEINFORMATION

GRIESSON soft cake®: Neuer Markenauftritt des Marktführers im Segment Schokogebäck mit Frucht

Fruchtigere Rezeptur, einzigartiges Gebäck-Branding und innovatives Markenkonzept / Neue Sorte mit dem GRIESSON soft cake® des Jahres Maracuja

Polch, im Mai 2025. – GRIESSON soft cake®, Marktführer im Segment Schokogebäck mit Frucht¹, überzeugt mit einem neuen Markenkonzept und baut dabei auf seine Stärken: Die fruchtigere und geschmackvollere Füllung unterstreicht den einzigartigen Dreiklang aus knackiger Schokolade, fruchtiger Füllung und weichem Gebäck. Ein besonderes Highlight setzt Griesson - de Beukelaer (GdB) zudem mit dem neuen, innovativen Gebäck-Branding: Jeder GRIESSON soft cake® trägt entweder das Markenlogo GRIESSON oder soft cake. Ab Juli ist der neue GRIESSON soft cake® in den Sorten Orange, Kirsche, Erdbeere und Orange Vollmilch im Handel erhältlich.

„Seit 1977 ist GRIESSON soft cake® einer der beliebtesten Kekse im deutschen Gebäckmarkt und führt das Segment mit einem Marktanteil von rund 55 Prozent² an. Mit dem neuen, fruchtigeren Markenkonzept stärken wir die Marke GRIESSON soft cake® und begeistern neben den vielen heutigen Fans auch neue Käufer für die Marke. Dabei planen wir in den kommenden Monaten ein umfangreiches Werbe- und Innovationsprogramm, welches nicht nur die Marke GRIESSON, sondern das Segment aktivieren und beleben wird“, sagt Sibyl Faylor, Leiterin Marketing bei Griesson - de Beukelaer.

¹ Circana, LEH>= 200qm (exkl HD), Schokogebäck mit Frucht, Marktanteil Umsatz und Umsatzentwicklung in %, MAT Sept 2024 vs MAT Sept 2023

² Circana, LEH>200qm + DM, YTD März 2025

PRESSEINFORMATION

Neuer Markenauftritt mit maximaler Aufmerksamkeit

Die Verpackung inszeniert das neue Markenkonzept eindrucksvoll: Das neue Design mit kräftigen Farben, appetitlichen Fruchtabbildungen, der Darstellung des Marken-Brandings auf dem Gebäck und haptischer Wertigkeit durch Hochprägungen erzeugt besondere Aufmerksamkeit im Regal. Eine umfassende Kampagne sorgt für maximale Reichweite: Spots im TV und Online, aufmerksamkeitsstarke POS-Maßnahmen mit Zweitplatzierungen und Promotions setzen Kaufimpulse in einer breiten Zielgruppe und inszenieren den neuen Markenauftritt.

Exotisch und erfrischend: GRIESSON soft cake® des Jahres Maracuja

Ab Juli bekommt die GRIESSON soft cake® Range erfrischend-fruchtige Verstärkung: Die Sorte des Jahres Maracuja überzeugt mit der intensiven Fruchtigkeit und exotischen Geschmacksnote in der beliebten Kombination mit weichem Gebäck und knackiger Zartbitterschokolade. Die Trendfrucht Maracuja sorgt für besondere Genussmomente, die das ganze Jahr nach Urlaub schmecken.

Über Griesson - de Beukelaer und die Marke GRIESSON

Als Familienunternehmen steht für Griesson - de Beukelaer nachhaltiges Denken und Handeln im Mittelpunkt. Die Verantwortung für Umwelt und nachfolgende Generationen ist Teil der Unternehmensphilosophie und überträgt sich auf die Marken. GRIESSON bietet Keksgenuss für die ganze Familie und ist als Traditionsmarke den nächsten Generationen verpflichtet: Kakao, der nachhaltiger zertifiziert eingekauft ist und damit für einen sozial- und umweltverträglicheren Anbau steht, und nachhaltigere Verpackungslösungen zeichnen GRIESSON aus.



PRESSEINFORMATION

Für Rückfragen:

Annika Henkel
Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG
Pressesprecherin
August-Horch-Straße 23, 56751 Polch
Tel: (02654) 401-0
Email: presse@griesson.de

Christian Wolfram
Engel & Zimmermann GmbH
Unternehmensberatung für Kommunikation
Leibstraße 51, 85540 Haar
Tel: (089) 893 563-3
Email: gdb@engel-zimmermann.com

Weitere Informationen zu Griesson - de Beukelaer sowie die Pressemitteilung zum Herunterladen gibt es unter: www.griesson-debeukelaer.de