

Presseinformation

Neue Vertriebsstrategie: Kloster Kitchen jetzt auch in Deutschlands Bäckereien erhältlich

Kloster Kitchen, der Marktführer im deutschen Shotsegment, ist ab sofort in den großen Bäckerei-Betrieben DAT BACKHUS, JUNGE, Malzers Backstube sowie den BÄKO Regionalgesellschaften gelistet. Damit haben sie sich nicht nur ein neues Vertriebsnetzwerk aufgebaut, sondern knüpfen an ihrem bisherigen Erfolg am POS an. Auch in Zukunft möchten die Ingwerexperten weitere Absatzkanäle generieren.

Das Getränke-Startup setzt im Rahmen dieser Convenience-Strategie nicht nur neue Maßstäbe in der Superfood-Branche, es wird gleichzeitig den hohen Ansprüchen ihrer Kunden gerecht. Dabei konzentriert sich der fränkische Hersteller für Ingwershots auf den steigenden Abverkauf von Convenience-Produkten innerhalb der Bäckereien und möchte sich in diesem Umfeld noch stärker positionieren.

Ingwershots sind mittlerweile aus dem Superfood-Segment nicht mehr wegzudenken. Ihr Vorteil: Sie können überall und zu jeder Zeit konsumiert werden und sind gleichzeitig die perfekten Begleiter für einen gesunden Lifestyle – sei es für den Frische-Kick am Morgen oder als Energie-Booster für zwischendurch. Aus diesem Grund hat Kloster Kitchen sich entschieden, neue Wege im Convenience Shopping zu gehen. Denn seit 2016 erobern sie Einzelhandelsketten wie Rewe, Edeka und Co., bauen stetig ihr Online-Geschäft aus und erschließen jetzt mit den Bäckereien weitere Märkte. Für Kloster Kitchen ist es der nächste logische Schritt, um ihr Wachstum weiter voranzutreiben. Bäckereien haben nicht nur morgens eine Versorgungsfunktion, sondern stehen auch mittags hoch im Kurs. Kunden lassen sich nämlich während ihres Einkaufs immer häufiger von Impulskäufen leiten. Genau hier möchte Kloster Kitchen mit seinem Sortiment bestehend aus den praktischen 30ml-Portionen in den Geschmacksrichtungen Ingwershot Classic, Kurkuma, Granatapfel sowie der neuen Limited Edition Meerrettich-Cranberry anknüpfen. Dank attraktiver Theken-Platzierung sind die Ingwershots eine absolute Bereicherung sowie ideale Ergänzung zum klassischen Backwaren-Angebot.

Jörg Hoppe, Leiter Produktentwicklung „Dat Backhus“, zeigt sich begeistert über die Sortimentserweiterung: „Mit Kloster Kitchen haben wir nicht nur einen starken Partner an unserer Seite, sondern sehen die Leistung der Ingwershots auch als einen großen Gewinn für uns und unsere Kunden. Neben der positiven Resonanz, die uns tagtäglich zurückgespielt wird, sind wir vor allem von den maßgeschneiderten Verkaufs- und Marketinglösungen von Kloster Kitchen überzeugt.“

DAT BACKHUS ist eine Traditionsbäckerei, die Backwaren bereits seit über 80 Jahren in mittler-weile mehr als 93 Fachgeschäften in und um Hamburg anbietet.

So gekonnt präsentiert sich Kloster Kitchen am POS

Das fränkische Getränke-Startup platziert seine Produkte auffällig und authentisch in den Bäckerei-Filialen von DAT BACKHUS, Junge – Die Bäckerei sowie Malzers Backstube und setzt auf verkaufsfördernde Maßnahmen. Die Produktdisplays begegnen Kunden nicht nur auf Augenhöhe, sondern können dank ihrer praktischen A6-Größe in jedes Ladenkonzept integriert werden. Auch Spitzenkoch und Ingwershot-Fan Roland Trettl, der seit Kurzem Markenbotschafter von Kloster Kitchen ist, gilt als absolutes Zugpferd in der Verkaufsstrategie und kann bei Bedarf als lebensgroßer Aufsteller am POS aufgebaut werden. Ebenso maßgeschneiderte und ganz individuell auf die Ansprüche der Bäckereibesitzer angepasste Lösungen bieten die Ingwer-Spezialisten ihren Partnern an. Zudem gibt es saisonale Aktionen, die für noch mehr Awareness und Wiedererkennung an der Verkaufstheke sorgen.

Für diesen Erfolg verantwortlich ist Julia Stöver, Key Account Managerin New Business bei Kloster Kitchen. Das Startup profitiert von ihrer zwölfjährigen Expertise als Key Account Managerin bei unter anderem der SHALTER´s Getränke GmbH sowie ihrem breiten Kundennetzwerk. In diesem Zusammenhang begleitete sie bereits einige Markteintritte und war maßgeblich an der Weiterentwicklung von Key Kunden in der Gastronomie beteiligt. Dank ihres Branchen-Knowhows konnten die Leistungen im Convenience-Segment stark ausgebaut und in kürzester Zeit erhöht werden. Doch damit nicht genug: Die New Business Expertin hat für Kloster Kitchen in Zukunft noch viele Pläne und sieht zahlreiche Möglichkeiten, weitere Märkte zu erschließen: „Kloster Kitchen erreichte in den letzten Jahren, insbesondere mit seinen Ingwershots immer mehr an Beliebtheit. Das schnelle Wachstum und die positive Resonanz der Händler und Kunden übertraf all unsere Erwartungen, weshalb wir uns neue Vertriebswege suchten, um der stetig wachsenden Nachfrage gerecht zu werden. Unser langfristiges Ziel ist es, neue Maßstäbe im Bereich des Convenience-Shoppings zu setzen und weitere Verkaufspunkte zu erschließen. So sind darüber hinaus beispielsweise Tankstellen und Gastronomie/Hotelbetriebe potenzielle Partner, mit denen wir unser Vertriebsnetzwerk strategisch künftig ausbauen möchten.“

Über Kloster Kitchen:

Diese Knolle knallt! Auf einer Reise zu den Wurzeln des guten Geschmacks stieß Firmengründer Mario Fürst auf die Ingwerknolle. Und auf ein überliefertes Rezept aus der Klosterküche. Davon abgeleitet auch der Markenname Kloster Kitchen. Das Geheimnis des Unternehmens aus der Metropolregion Nürnberg: Durch ein selbst entwickeltes Verarbeitungsverfahren werden die Knollen weder gequetscht noch gepresst noch zerrieben. Dank der echten Ingwerstückchen bleiben die wertvollen Wirkstoffe und Spurenelemente bestmöglich erhalten und sorgen für ein einzigartiges Geschmackserlebnis. Die Produkte sind 100 Prozent BIO und 100 Prozent vegan. Sie kommen mit null Prozent raffiniertem Zucker, null Prozent Farb- und Konservierungsstoffen sowie null Prozent künstlichen Aromen aus. Kloster Kitchen überzeugt – im wahrsten Sinne des Wortes – mit ausgezeichnetem Geschmack: Das Unternehmen gewann zunächst den „German Innovation Award 2021“ und wurde anschließend beim „German Brand Award 2020“ für seine Markenarbeit und Markenpositionierung gleich doppelt ausgezeichnet. In Deutschland, Österreich und in der Schweiz sind Kloster Kitchen Produkte in Einzelhandelsketten u.a. bei REWE, EDEKA, Kaufland, Famila und Hit, im Großhandel (Metro), in Biomärkten wie DENNS, in Drogerien wie dm sowie in der Gastronomie zu finden. Oder bequem mit wenigen Klicks im B2B Onlineshop b2b.klosterkitchen.de

Pressekontakt:

Hansmann PR

Carole Friedrich

Lipowskystraße 15 | 81373 München

E. c.friedrich@hansmannpr.de | T. 089 360 5499 18