



Henglein: Meltem Keskin, Werksleitung, Stephanie Käßer, PE (oben v.l.), Simone Meier, QM/QS, Andreas Leischner, Logistik (unten), und Matthias Weeger, Marketing (r.).

## KARTOFFELPRODUKTE/KNÖDEL GEKÜHLT

# Henglein

In Zeiten der Pandemie wird zuhause mehr gekocht. Aber viele Verbraucher haben es gern unkompliziert. Davon profitierte 2020 auch Henglein, Hersteller von gekühlten Kartoffelprodukten wie Puffern und Knödeln. Denn die Erzeugnisse sind einfach in der Handhabung, so das Unternehmen, das auch die „Geling-Garantie“ betont. Nach einem Absatz- und Umsatzplus 2019 sei die Nachfrage voriges Jahr weiter deutlich gestiegen.

**Neuheiten:** Die Bandbreite der Range beläuft sich auf 28 Sorten. Neben dem Renner Kartoffel-Gnocchi sorgen inzwischen Süßkartoffel-Gnocchi als Innovation sowie die Mini-Seidenknödel als Line-Extension im Miniknödelsortiment für geschmackliche Ab-

wechslung. Eine Designanpassung im Bereich der Gnocchi zielt darauf ab, „den Premium-Charakter besser hervorzuheben“, so die Markenmacher.

**Media-Mix:** Insgesamt habe sich die Zahl der Online-Rezeptabrufe seit Beginn der Pandemie stark erhöht. Deshalb rüstete Henglein in der Kommunikation vor allem digital auf und überarbeitete den Instagram-Kanal „Mein Henglein“. Dort sind Kochtipps, Informationen und Gewinnspiele zu finden. Weiterhin besteht eine Kooperation mit Chefkoch.de, wo eine Auswahl an Rezepten veröffentlicht wird. Neben der eigenen Webseite mit stetigen Aktualisierungen betreibt Henglein einen Youtube-Kanal und kooperiert mit Influencern. *cb/lz 26-21*

Käufer  
**+1 415 000**  
 Marktanteil  
**+1,2%-Punkte**