

PRESSEBERICHT / PRESS REPORT

Fruchthandlungsmagazin 21/2009 vom 23. Mai 2009

ITALIEN/DEUTSCHLANDTOURNEE VON MELASI

„Großmarktaktionen waren voller Erfolg für Äpfel aus den Dolomiten“

Im Rahmen einer Promotour mit Verkostung reiste der Apfel der Dolomiten quer durch Deutschland, um auch hierzulande neue Obstliebhaber zu gewinnen. Vom 21. April bis 8. Mai 2009 machte Melasi Station auf Großmärkten und Wochenmärkten in Köln, Düsseldorf, Bremen und München. Unter dem Motto „Äpfel zum Anbeißen“ konnten die Konsumenten vor Ort das Geheimnis des guten Geschmacks knacken: In den Noce-Tälern der Dolomiten reifen die Melasi-Äpfel unter idealen Bedingungen.

Zwei Wochen rund um den Apfel

Unzählige Golden Delicious, Red Delicious, Breaburn und Fuji wurden bei der Promotour verkostigt. Die Resonanz war durchweg positiv. Das Interesse richtete sich auch auf die Herkunftsregion und die besondere Sorgfalt der Bauern. Dabei weckte die Frische und Natur der Bergwelt angenehme Assoziationen bei den Konsumenten.

Auch der Großmärkte-Verband GFI, mit dessen professioneller Unterstützung diese Aktion durchgeführt wurde, äußerte sich zufrieden. Bei der Sitzung der GFI-Arbeitsgruppe Marketing Ende April in Köln trafen die anwesenden Großmärkte-Vertreter das Promotourteam und betonten die gute Zusammenarbeit mit Melasi und die reibungslose Abwicklung.

Der Absatz kommt ins Rollen

Melasi arbeitet kontinuierlich daran, den Bekanntheitsgrad in alle Richtungen zu stärken, das Vertriebsnetz auszubauen und die Partnergroßhändler zu unterstützen. Dieses Mal standen Großmärkte und Wochenmärkte im Fokus.

„Mit dieser Aktion haben wir zwei Ziele gleichzeitig erreicht: Zum einen konnten wir die Konsumenten von der Qualität und dem Geschmack unserer Äpfel überzeugen und zum anderen den Kontakt zu den qualitätsbewussten Kunden der Großmärkte, also Wochenmärkte, Fachgeschäfte und Einzelhändler ausbauen“, so das Resümee von Roberto Gorza, Exportmanager von Melinda.



Vertreter der Großmärkte treffen das Melasi-Team auf dem Kölner Großmarkt (v. l. n. r.): Torsten Berens (Hamburg), Karl Kübler (Stuttgart), Andreas Foidl (Berlin), Melinda Export Manager Roberto Gorza, Peter Philippen (Düsseldorf), Peter Joppa (Duisburg), Franz Josef Sievers (Hannover), Reiner Ströbelt (Köln), Dieter Krauss (Berlin), Elke Pietschak (Köln), Thomas Heiland (Frankfurt), Manfred Spachmann (Mannheim).

Durch Anzeigen in Fachmedien und Online-Portalen, Pressemeldungen, Plakaten in den Märkten und interne Mitteilungen an die Verkäufer und Einkäufer auf den Großmärkten wurde ein breites Fachpublikum auf diese Aktion aufmerksam gemacht.

Aktuell ist der Apfel der Dolomiten bei mehreren Großhändlern auf 13 deutschen Großmärkten vertreten. Nach dieser Promotour rechnet Melasi mit weiter steigenden Zahlen. Mehr Infos gibt das Konsortium auch unter www.melasi.it