



Ganz oben auf dem Siegertreppchen: Cheestrings zur „Top-Marke 2014“ gekürt

Berlin, Juni 2014. Branchen-Erfolg für Cheestrings: Die Lebensmittel Zeitung, das führende Fachmagazin der deutschen Konsumgüterbranche, hat den kreativen Käsesnack für Kinder als „Top-Marke 2014“ in der Kategorie Mozzarella ausgezeichnet. Die Ehrung bestätigt: Cheestrings haben sich als innovativ und erfolgreich auf dem deutschen Markt durchgesetzt und im Alltag von Familien fest etabliert.

Denn: „Top-Marke“ zu werden ist nicht leicht. Um diese Auszeichnung zu erhalten, muss sich ein Produkt gegen eine große Marken-Konkurrenz durchsetzen. Die Lebensmittel Zeitung prämiert in hundert verschiedenen Kategorien nur die jeweils erfolgreichsten Brands. Ungefähr 5.000 Produktmarken gehen dafür jährlich an den Start. Sieger in den einzelnen Kategorien wird die Marke, die das höchste Marktanteilsplus bei einer positiven Umsatzentwicklung vorweisen kann und eine mindestens konstante Käuferzahl hat. Damit eine Marke „Top-Marke 2014“ werden kann, muss sie zudem in den Jahren 2012 und 2013 eine relevante Marktbedeutung von einem Prozent Käuferreichweite erzielt haben.

Den ersten Platz in der Kategorie hat in diesem Fall nicht nur ein einzelnes Produkt errungen, sondern die gesamte Cheestrings-Familie: Cheestrings Original sowie Twister und Cheestrings Spaghetti, das jüngste der drei Markengeschwister.

„Cheestrings“: Eine Marke pusht den Markt

Kerry Foods hat 2011 mit „Cheestrings Original“ den „Käse zum Abziehen“ erfolgreich auf den deutschen Markt gebracht. Die Marke „Cheestrings“ eröffnete mit dem „Käse-Snack für Kinder“ eine völlig neue Kategorie im deutschen Lebensmitteleinzelhandel und etablierte damit ein ebenso innovatives wie wachstumsstarkes Segment. 2012 folgte „Cheestrings Twister“ eine Variation, bei der der milde Mozzarella des Originals mit einem Strang aus Pasta-Filata-Käse um eine leicht pikante Geschmacksnuance ergänzt worden ist. Mit „Cheestrings Spaghetti“ – den ersten Spaghetti aus Käse – erweiterte Kerry Foods die Range um einen neuen Erlebnis-Snack. Auf dem angelsächsischen Markt ist Kerry Foods mit seinen Innovationen bereits seit vielen Jahren der beliebteste Käse-Snack-Anbieter bei Kindern. Hinter der Käse-Produktfamilie steht als unverkennbarer Comic-Character „Mr Strings“, der Kindern Spiel, Spaß, Sport und Spannung symbolisiert.

„Cheestrings“ gibt es seit 1996 in Großbritannien und Irland. 2004 wurde die Marke in Frankreich, 2006 in den Niederlanden und 2011 in Belgien eingeführt. Premiere des ersten Käse-Snacks für Kinder in Deutschland war ebenfalls im Jahr 2011. Seit 2013 sind „Cheestrings“ auch auf dem polnischen und österreichischen Markt erhältlich. Im gleichen Jahr errangen Cheestrings Spaghetti auf der Anuga in Köln den begehrten Innovations-Award *taste13*; 2014 feierte die Marke Cheestrings in Deutschland einen weiteren Höhepunkt: Die Lebensmittel Zeitung kürte den Kinder-Snack zur „Top-Marke 2014“.

**Mehr unter: www.cheestrings.de
www.kerrygroup.com/foods_index.asp**



Pressekontakt

Heesch Hogerzeil Kommunikation

Fasanenstraße 13

10623 Berlin

Tel.: 030-890 61 89 0

Fax: 030-890 61 89 10

E-Mail: presse@heesch-hogerzeil.com

Web: www.heesch-hogerzeil.com