

7-Eleven, d. 11. februar 2009

Moderne bagværk to-go

Når danskerne mandag d. 16. februar returnerer til hverdagen efter vinterferien, er landets 7-Eleven butikker klar med en række nye to-go produkter, der kan forsøde morgenstunden. De to produktnyheder er et resultat af et nyt samarbejde mellem Kraft Foods og Lantmännen Unibake. Til en start kan forbrugerne kun købe de nye produkter hos 7-Eleven.

Der er to såkaldte megatrends, der kendetegner det moderne bymenneske. Vi vil have mere tid, og vi vil være individuelle på den individuelle måde. Ønsket om mere tid begrænser sig af døgnets timer. Det individuelle præg får vi gennem vores tøj, vores holdninger, vores bolig, bilen, kæresten, hunden, musiksmagen. Nu er det også blevet populært at brande os selv på det, vi putter i munden.

- Lørdagskyllingen er død, men til gengæld skal den kolde øl være udenlandsk, isen skal have en holdning, og læskedrikken skal ikke kun slukke tørsten, men også sende et tydeligt signal til omverden om, at man slukker tørsten på sin helt egen måde, siger Morten Vedel, indkøbschef i 7-Eleven i Danmark.

Kun hos 7-Eleven

7-Elevens koncept handler bl.a. om at tilbyde et bredt og fristende varesortiment. Derfor har de i alt 132 danske 7-Eleven butikker alt fra shampoo, tandbørster og internetadgang til varme delikatesser og to-go produkter. En del af sortimentet kan forbrugerne kun købe hos 7-Eleven.

- Vi ved, at forbrugere i stort set alle aldre forventer, at vi disker op med nye produkter, som de ikke kan finde andre steder. Det er rent faktisk blevet en del af vores succes på gadeplan – og på verdensplan. Succesen skyldes blandt andet, at kunderne har taget vores varesortiment til sig, fordi det netop er bredt, lokaltilpasset, differentierende og målrettet den moderne forbruger, som gerne vil købe og nyde et produkt, som alle ikke kan fås alle steder, siger Morten Vedel.

Under navnet Only At har 7-Eleven gennem tiden lanceret en række nyheder løbende. Only at er altså synonym på en række produkter som i en længere eller kortere periode kun sælges i 7-Eleven. Det var også hos 7-Eleven, at danskerne først stiftede bekendtskab med Mountain Dew og Mountain Dew Light, Hershey's chokolade, udvalgte smagsvarianter af de amerikanske is fra Ben & Jerry's og Baskin Robbins.

Nye produkter kommer løbende til i Only At kategorien. Og i 2009 vil 7-Eleven introducere op mod 30 nye produkter, der ikke findes i andre kiosker eller supermarkeder.

To nye Only At til forbrugerne

Fra mandag d. 16. februar lægger convenience-kæden ud med to nye bakeoff-produkter: Thebirkes med Marabou chokolade samt scones med Daim. De to produkter er udviklet i et samarbejde mellem Kraft Foods og Lantmännen Unibake, og forbrugerne kan kun købe de to nyheder hos 7-Eleven fra mandag d. 16. februar og frem til d. 16. maj 2009.

Yderligere information, kontakt venligst

Lars Volle

Mobil: 50 50 74 13

Mail: lars@help-pr.dk

Fakta om de to produktnyheder

Thebirkes med Marabou chokolade:

Lantmännen Unibake har, sammen med Kraft Foods, lavet en nyudvikling af den klassiske thebirkes med remoncefyld, som er virksomhedens næstbedst sælgende morgenbrød. Foruden det velsmagende remoncefyld, er der i denne nye variant yderligere tilføjet mørkt Marabou chokolade, der smelter ved afbagningen og giver produktet en fyldig chokoladesmag.

Scones med Daim

Som en top nyhed byder samarbejdet mellem Lantmännen Unibake og Kraft Foods på en scones med Daim. Der er indbagt knasende sprøde Daim-stykker i denne scones, som giver det perfekte strejf af sødme til produktet. Det kan være vanskeligt at bibeholde den knasende sprødhed, som kendetegner Daim, når det afbages i en kage som denne. Denne udfordring er løst ved hjælp af den rette mængde og størrelse af Daim-stykker kombineret med en luftig dejstruktur.

Fakta om Lantmännen Unibake

Schulstad Bake Off ejes af Lantmännen Unibake, som er Europas største bagerkoncern inden for dybfrosne og friske bageriprodukter til kunder verden over. Koncernen beskæftiger 5.000 medarbejdere og har datterselskaber i Danmark, Sverige, Norge, Finland, Tyskland, Belgien, England, USA, Polen, Spanien, Rusland, Japan og Korea. På det danske marked er virksomheden især kendt for varemærkerne Hatting, Paaskebrød, Schulstad og Schulstad Bake Off. Lantmännen Unibake ejes af den svenske Lantmännen-koncern, der driver virksomhed inden for fødevarer, landbrug og energi.