



... damit es lecker wird – natürlich KLUTH!

Nuss-Spezialist KLUTH startet mit einem neuen Verpackungsdesign inklusive Nutri-Score in die Herbstsaison.

Henstedt-Ulzburg, Oktober 2021. Ob als Topping für das tägliche Porridge, als Geschmacksboost für den Kuchen oder als Ergänzung für Pasta und Co. – Nüsse, Kerne und Trockenfrüchte machen viele unserer Alltagsgerichte noch leckerer. Weil das Auge bekanntlich mitisst, hat die Traditionsmarke KLUTH pünktlich zur Herbstsaison das eigene Verpackungsdesign rundum erneuert und um den Nutri-Score ergänzt.



Das neue KLUTH Design

„Nüsse und Trockenfrüchte erleben seit einigen Jahren eine rasant wachsende Fangemeinde und sind in modernen Haushalten nicht mehr wegzudenken“, sagt Marketingleiter Sven Schenkewitz. So finden die knackigen Nusskerne und die süßen Obstsorten zum Beispiel häufig Anwendung in veganen oder zuckerfreien Rezepten. Auch Zutaten wie Chia, Quinoa und Leinsamen sind vielen Kunden so vertraut wie Kartoffeln, Nudeln und Reis.

Nutri-Score und Nährstoffangaben schaffen Orientierung

Bei der Neugestaltung der Verpackungen wurde ein besonderes Augenmerk auf den Aspekt Nährwerte gelegt. „Wir möchten Konsumenten dabei unterstützen, sich ausgewogen und gesund zu ernähren“, ergänzt Schenkewitz. Daher sei der Einsatz des Nutri-Scores, der ab sofort auf allen Produkten integriert ist, ein logischer Schritt. Das Familienunternehmen setzt damit neue Maßstäbe, denn KLUTH ist die erste große Nuss- und Trockenfruchtmarke, die den

Nutri-Score auf den eigenen Produkten nutzt. Zusätzliche Orientierung und Informationen bietet darüber hinaus ein Label auf der Vorderseite der Verpackung, das relevante Vitamine und Mineralien des jeweiligen Produktes hervorhebt.

Für natürliche Snackmomente

Nüsse und Trockenfrüchte sind nicht nur zum Kochen beliebt. Auch für den kleinen Hunger zwischendurch sind die Kerne und Obststücke eine gefragte Alternative zu zuckrigen Schokoriegeln und Co. Passend dazu hat KLUTH verschiedene naturbelassene und weiterveredelte Nuss- und Nuss-Frucht-Mischungen im Sortiment. Als Nervennahrung führt die norddeutsche Traditionsmarke unter anderem das klassische Studentenfutter und Studentenfutter ohne Rosinen sowie eine naturbelassene Nusskernmischung. Daneben ergänzen gesalzene Nusskerne wie zum Beispiel Macadamias, Cashewkerne und Pistazien sowie süße Kleinigkeiten wie Mangostreifen oder Bananenchips das Sortiment. Eine individuelle Geschmackswelt bieten die veredelten KLUTH Snacks Rauch-Mandeln, Honig-Mandeln, Mandeln Cranberry-Sesam und vor allem die Cashews Mango-Vanille.

„Nüsse, Nussmischungen und Trockenfrüchte werden von den Verbrauchern als gesund wahrgenommen, was sie im Kern natürlich auch sind“, sagt Schenkewitz. Um Nussfreunden auch für das Snacking ausgewogene Alternativen zu bieten, hat der Hersteller im Rahmen des Relaunchs auch Rezepturen hinterfragt und diese auf Basis des Nutri-Scores verbessert. Dafür wurde zum Beispiel den Salzgehalt von gesalzenen Snacks reduziert und Mischverhältnisse angepasst. „Wir können dank der Überarbeitung einen gesalzene Nuss-Mix mit Nutri-Score Bewertung B anbieten. Das ist für einen gesalzene Snack ein sehr guter Wert“, erläutert Schenkewitz.

Die neuen KLUTH Designs sind ab sofort im Handel erhältlich.

Die Herbert Kluth (GmbH & Co. KG) mit Sitz in Henstedt-Ulzburg, nördlich von Hamburg, wurde 1928 gegründet. Das Unternehmen hat eine marktführende Position im Bereich internationaler Naturkost-Spezialitäten (hochwertige Trockenfrüchte, Nusskerne, Saaten).

Weitere Informationen im Internet unter www.kluth.com.



kluth_official



kluthofficial

Pressekontakt:

Herbert Kluth GmbH & Co. KG

Imke Duin

Heidekoppel 31

24558 Henstedt-Ulzburg

Fon: +49 (0)4193 96 62 – 764

E-Mail: imke.duin@kluth.com