

## Käsegenuss aus dem Ofen: Rougette!

Die Käserei Champignon ist Pionier für warme Käsespezialitäten in Deutschland. Der Fondue-Charakter von Rougette-Ofenkäse erlaubt ein ungezwungenes Essen zusammen mit der Familie und mit Freunden, bei Baguette und Wein, für Groß und Klein. Das Produkt war von Beginn der Markteinführung an perfekt auf die Bedürfnisse der Konsumenten von heute ausgerichtet: Unkomplizierter Käsegenuss!



Die damit zusammenhängende Einfachheit der Markenkommunikation schafft auch eine psychologische Reduktion der Komplexität bei der Verbraucherentscheidung.

Rougette definiert letztlich die gesamte Kategorie: Rougette = Ofenkäse! Dabei hat das Packaging am POS eine eindeutige Signalwirkung auf den Shopper: es triggert die kommunizierten Bildwelten von Wärme, Gemeinschaft und Daheimsein – BrandSaliency par excellence! Und seit Produkteinführung haben sich immer mehr Freunde von Rougette-Ofenkäse hinzugesellt. Indizien für einen Markenerfolg mit hoher Wiederkaufsrate.



Eingesetzte Methoden: K&A Psychodrama®, U&A-Analyse, K&A GAP-Image- und Positionierungsanalyse, Tiefenpsychologische Einzelexplorationsen, Value-Preistest