



Tržište

Robna marka Knorr zauzima značajno mjesto u više od 100 zemalja svijeta i nalazi se među „top 20“ svjetskih robnih marki namirnica i napitaka.

Iza Knorra stoji nizozemsko-engleska kompanija Unilever koja je drugi po veličini svjetski proizvođač prehrambenih proizvoda. Unileverovi proizvodi prodaju se u više od 150 zemalja. Knorr je Unileverova najveća robna marka prehrambenih proizvoda. Asortiman Knorra sastoji se od čitave palete proizvoda u različitim kategorijama: juhe, kocke, začini, umaci, dressing proizvodi, snack proizvodi, polugotova i gotova jela te smrznuta hrana.

Uspjeh Knorra proizlazi iz razvoja proizvoda koji ispunjavaju svakodnevnu potrebu potrošača za hranjivom i ukusnom hranom koju je jednostavno pripremiti. Knorr je nakon svih ovih godina zauzeo dominantnu poziciju na mnogim svjetskim tržištima. Knorr svojim proizvodima i komunikacijom slijedi trendove na tržištu, ali isto tako sudjeluje u kreiranju novih trendova, osluškuje potrebe svojih potrošača te im konstantno nastoji donijeti dodatne vrijednosti koje poboljšavaju kvalitetu njihovih života.

Dostignuća

Robna marka Knorr lansirana je na tržišta više od 100 zemalja i pokriva više od 300 artikala prehrambenih proizvoda na globalnoj razini. Na hrvatskom tržištu Knorr je prisutan od 70-ih godina prošlog stoljeća te je danas jedna od najznačajnijih robnih marki u kategorijama juha za kuhanje, instant juha, kocki i polugotovih dehidriranih jela na bazi tjestenine. Vrijednosti koje potrošači vežu uz Knorr su kvaliteta, pouzdanost, stalne inovacije i nezamjenjivi okus.

Povijest

Poštovanje ukusa, okusa i kulinarske tradicije svake zemlje jedna je od najvećih tajni uspjeha Knorra, čija je povijest započela još davne 1838. godine kada je Carl Heinrich Knorr izgradio tvornicu u Heilbronnu



(Njemačka), gdje je sušio i mljeo cikoriju za industriju kave. Godine 1870. tvornicu preuzimaju njegovi sinovi koji počinju eksperimentirati sa sušenjem povrća i začina, koje pretvaraju u juhu. Tri godine kasnije Knorr je predstavio svoj prvi revolucionarni proizvod, juhe na bazi sušenog povrća.

S obzirom na snažan rast prodaje 1885. Knorr proširuje proizvodnju na susjedne zemlje, Austriju i Švicarsku. Tada je tvrtka mogla ponuditi širi asortiman, među ostalim i proizvode zasnovane na žitaricama, povrću, krumpiru kao i na svježim sušenim juhama u obliku tableta. Godine 1908. Knorr predstavlja prvi miješani umak u Europi, a četiri godine kasnije lansirani su „bujoni“ - juhe u kocki.

Od tada povijest Knorra i njegove ekspanzije u nebrojne zemlje rezultiraju transformacijom u simbol koji svatko prepoznaje i koji je prisutan u gotovo svakoj kuhinji.

U listopadu 2000. Unilever preuzima američku tvrtku Bestfoods koja je, među ostalim robnim markama u svom asortimanu, posjedovala i Knorr. Fokus je bio stavljen na izgradnju novog i svježijeg imidža robne marke koji je, unatoč modernizaciji Knorr logotipa, zadržao laku prepoznatljivost. Knorrov novi izgled više je zelen - to je boja koja se povezuje sa svježinom i prirodom.



Proizvod

Knorr je na hrvatskom tržištu prisutan gotovo četiri desetljeća. U svojem asortimanu raspolaže s oko 50 različitih proizvoda koji su podijeljeni u sljedeće kategorije: juhe za kuhanje, instant juhe, kocke i polugotova jela. U većini ovih kategorija Knorr zauzima jaku drugu tržišnu poziciju.

U svijetu juha, prvi asortiman proizvoda lansiran je na području Hrvatske još 70-tih godina prošlog stoljeća. Radilo se o različitim juhama uključujući današnje klasike poput Kokoške juhe i Krem juhe od gljiva, okuse koji i danas čine okosnicu Knorrova asortimana. Kao rezultat te duge tradicije, stvorena je jaka asocijacija između juha i robne marke Knorr; tako da i dan danas za hrvatske potrošače Knorr znači juha! Knorr juhe predstavljaju istinsku zamjenu domaćim juhama koje često zahtijevaju složene i dugotrajne pripreme. Isto tako pomažu potrošačima da u relativno kratkom vremenu pripreme ukusan i hranjiv obrok.

Unutar kategorije juha kao najznačajnije kategorije Knorra u Hrvatskoj, posebnu ulogu zauzimaju Krem juhe po kojima je Knorr tradicionalno i poznat. Osebniji okusi, visoka kvaliteta proizvoda te širina asortimana, u kojem Knorr nudi čak 14 različitih varijanti kremnih juha, svakodnevno oduševljavaju potrošače.

Tijekom 2004. godine postojeći asortiman krem juha obogaćen je proizvodima iznimne propozicije - Knorr Activ juhama čija se posebnost krije u njihovom sadržaju. Naime, pripremljeni obrok Knorr Activ juhe podmiruje čak 30% dnevnih potreba za vitaminima B1, B6, B12, C, E i folnom kiselinom. Svojim visokim udjelom čak šest esencijalnih vitamina, Knorr Activ juhe daju optimalan odgovor svim izazovima današnjega dinamičnog stila života dok vitamini doprinose jačanju imunog sustava, održanju djelotvornosti živčanog sustava te obrani tjelesnih stanica.

Kocke su sastavni su dio bogate Knorr tradicije te i danas predstavljaju jednu od najznačajnijih kategorija robne marke. Započelo se s tradicionalnim asortimanom kokošjih i govedih kocki čija je praktična forma i jednostavnost upotrebe uvijek jamčila brz uspjeh. Uz upotrebu Knorr kocke na jednostavan se način može pripremiti ukusna bistra juha kao i poboljšati okus različitih jela, od domaće juhe pa sve do raznih variva i priloga. 2001. godine na hrvatsko je tržište lansirana Povrtna kocka koja ne sadrži meso i sirovine životinjskog porijekla te je stoga pogodna i za vegetarijance. Upravo zbog svoje biljne propozicije i široke mogućnosti upotrebe za pripremu različitih jela od povrća kao i jela od mesa, raznih umaka, pa sve do priloga i juha, u potpunosti je osvojila srca hrvatskih potrošača.

U kategoriji instant juha Knorr je prisutan od 2001. godine. Ovi proizvodi idealni su kao mali obrok te iznimno praktični za konzumiranje na poslu, u školi, na izletu ili kod kuće. Trenutni asortiman Knorr instant juha broji 11 varijanti proizvoda. Godine 2004. uz već postojeću Quick Soup liniju instant juha (s najomiljenijim okusima kao što su gljiva i brokula), na tržište je uvedena i linija Activ instant juha. Visoka kvaliteta, posebni okusi, kao i dodani sadržaj vitamina i balastnih tvari te tjestenine, doprinijeli su značajnom rastu Knorra u ovoj kategoriji proizvoda.

U segmentu polugotovih dehidriranih jela Knorr je na hrvatskome tržištu prisutan od 2001. godine. Glavninu Knorrove ponude u ovome segmentu čine jela na bazi tjestenine koja se na tržištu pojavljuju pod nazivom „Knorr Spaghetteria“. Osim jela na bazi tjestenine, Knorr nudi i Pire krumpir kao zaseban proizvod. Tijekom godina asortiman Spaghetteria proizvoda kontinuirano se širio te danas uključuje osam različitih recepata tradicionalne talijanske kuhinje od kojih su najpoznatije Spaghetteria Carbonara i Spaghetteria Bolognese. Ovdje govorimo o različitim vrstama tjestenine kao što su špageti, fusilli te penne, koji se kombiniraju s poznatim



umacima kao što su: Broccoli con Mozzarella, Bolognese, Carbonara, itd. Glavna odlika Knorr Spaghetteria proizvoda je vrhunska kvaliteta sadržana u ukusnom i brzom obroku koji sadrži dvije porcije.

Vodeći se najnovijim trendovima u prehrani te osluškivanjem želja

potrošača Knorr kontinuirano osvježava svoj asortiman novim i zanimljivim okusima.

Nedavni razvoj

Krajem 2006. godine Knorr uvodi novi asortiman juha „Bogatstvo povrća“ koji se sastoji od četiri

varijante krem juha za kuhanje i tri varijante instant juha. Knorr juhe iz asortimana „Bogatstvo povrća“ sadrže čak 80% povrća što ih čini jedinstvenima na hrvatskome tržištu. Inovativna formulacija kremaste konzistencije postignuta je pasiranjem povrća (juhe ne sadrže pojačivač okusa), dok su okusi oplemenjeni finim začinskim biljem i začинима.

Idealne su kao jednostavan ali

zdrav obrok te se stoga savršeno uklapaju u piramidu pravilne prehrane.

Promocija

Kroz različite oblike medija Knorr je konstantno u dodiru s potrošačima kako bi komunicirao vrijednosti same robne marke te predstavio nove proizvode hrvatskom tržištu.

Putem oglašavanja usmjerenog na stil života prenosi se doživljaj o robnoj marki visoke kvalitete koja neprekidno radi na novitetima i na sadržaju. Marketinški miks Knorra kreće se od televizije, vanjskog oglašavanja i oglašavanja u tisku, preko radija do brojnih recepata odnosno ideja za nova jela i inovativnih promocija i promotivnih pakiranja u



prodajnim mjestima. Tijekom zadnje dvije godine Knorr je u svojoj komunikaciji u cijelosti fokusiran na kategoriju juha, odnosno svoj najznačajniji segment, Kremne juhe, koje kao rezultat cijelog marketinškog miksa bilježe kontinuirani rast.

Vrijednosti robne marke

Prilagodljivost lokalnom okusu jedna je od temeljnih vrijednosti Knorra. Prisutan u cijelom svijetu, Knorr nastoji ponuditi svojim potrošačima proizvode prilagođene njihovim gastronomskim tradicijama i lokalnom okusu.

Knorr je jako stalo do kvalitete i ulaže sve napore pri implementaciji Unileverove globalne misije „Vitalnosti“, kontinuirano poboljšavajući nutritivne vrijednosti svojih proizvoda u skladu sa smjericama Svjetske zdravstvene organizacije.

Jedan od ciljeva ove robne marke je pojednostaviti i obogatiti živote svojih potrošača nudeći im jela koja su izuzetno ukusna, hranjiva i u isti mah vrlo lako i brzo spravljena. Knorr oslobađa svoje potrošače duge pripreme jela, omogućavajući im da tako uživaju u životu i dobroj hrani.

Inovativnost Knorra od prvih se dana ogleda u stalnoj potrazi za odgovorima na potrebe suvremenog potrošača. Veliki izazov i misija ove robne marke je razvijanje inovativnih proizvoda koji spajaju okus i hranjivost te adresiraju potrebe svakodnevnih prehrane.

www.knorr.com



JESTE LI ZNALI...

Knorr

- Knorr je Unileverova robna marka broj 1 s godišnjom prodajom većom od 3 milijarde eura.
- Prva Knorr juha nastala je još davne 1889. godine i imala je oblik kobasice. Zvala se Erbswurst (grašak sa šunkom), i još se i danas prodaje u Njemačkoj. U tome je razdoblju popularizirana, zahvaljujući teškoj njemačkoj hladnoći, od strane radnika u industriji koji su se skupljali na jednom mjestu, grijali vodu i pripremali ovu juhu koja je tada predstavljala okrepljujući obrok.
- Natpis koji se koristi u Knorrovu logu originalan je potpis utemeljivača Carla Heinrich Knorra.
- Knorr proizvodi se trenutno prodaju u više od 100 zemalja diljem svijeta.
- Knorr na kineskom znači „Sretna obitelj“.