



V.l.n.r.: Jérôme Bonvin, Leiter Kulinarische Produkte, Inna Karapetiants, Brand Lead Garden Gourmet Schweiz, Eugenio Simioni, CEO Nestlé Suisse S.A.

Interview mit

Inna Karapetiants und Jérôme Bonvin, Nestlé Suisse S.A.

Garden Gourmet Marine Style Crispy Filet ist Promarca Explorer of the Year 2024!

Im Rahmen des Promarca Forums 2024 wurde der renommierte Promarca Explorer of the Year an Nestlé für ihre beeindruckende Innovation, Garden Gourmet Marine Style Crispy Filet, verliehen. Mit diesem Produkt hat Nestlé nicht nur eine nachhaltige Alternative zu herkömmlichem Fisch geschaffen, sondern auch neue Massstäbe im Bereich der pflanzlichen Fischersatzprodukte gesetzt. Besonders beeindruckend: In Verbrauchertests konnte das Marine Style Crispy Filet sogar echten Fisch übertreffen – ein Beweis für die Innovationskraft und den Fokus auf Genuss und Nachhaltigkeit.

In unserem Interview sprechen wir mit dem Team hinter dieser Produktneuheit und erfahren mehr über die Hintergründe der Entwicklung.

Was war der Hauptgrund für die Entwicklung des Garden Gourmet Marine Style Crispy Filet?

Das Marine Style Crispy Filet ist eine Innovation mit echtem Mehrwert!

Wir wissen, die hohe Nachfrage nach Fisch hat schwere Folgen für das Ökosystem der Meere, unter anderem wegen unregulierter Fischerei und Überfischung. Mit einem pflanzlichen Fisch-Filet bieten wir eine echte Alternative. Sie überzeugt ausserdem in puncto Geschmack, einfacher Zubereitung und auch beim Nährwertprofil.

„Die hohe Nachfrage nach Fisch hat schwere Folgen für das Ökosystem der Meere.“

Welche besonderen Herausforderungen gab es bei der Entwicklung des Marine Style Crispy

Filet und wie konnten diese überwunden werden?

Es war schwer eine fischähnliche Textur zu kreieren sowie einen zarten Fischgeschmack zu erzielen. Beim Geschmack zum Beispiel, muss die richtige Balance gefunden werden, zwischen: „fischig“ genug, um an Fisch zu erinnern, und „nicht zu fischig“, damit die Frische des Fisch-Geschmacks erhalten bleibt. Diese Balance ist uns gelungen und hat stark zum Erfolg dieses Produktes beigetragen!

„Die Marine Style Crispy Filets sind einem echten weissen Fischfilet verblüffend ähnlich.“

Ihr Produkt hat in Konsumententests sogar echten Fisch übertroffen. Was sind die Schlüsselfaktoren, die dazu geführt haben, dass der Geschmack und die Textur des Marine Style Crispy Filet so positiv bewertet wurden?

Zuerst natürlich die Tatsache, dass die Marine Style Crispy Filets einem echten weissen Fischfilet verblüffend ähnlich sind. Ausserdem haben sie eine feine Panade für einen knusprigen Touch, der sowohl Gross & Klein überzeugt, und Dill für mehr Geschmacksintensität!

Das Produkt hat in nur drei Monaten einen Marktanteil von 6 %* erreicht und eine Wiederkauftrate von 34 %. Welche Marketing- und Vertriebsstrategien haben zu diesem schnellen Erfolg beigetragen?

Wir haben unsere Innovation pünktlich zu Veganuary lanciert und mit einer digitalen Kampagne Produkt Awareness aufgebaut. Ausserdem unterstützten wir den Launch mit einer erfolgreichen Influencer Kampa-



*Marktanteil im Fischsegment bei Coop



gne, die Inspiration und Food Appeal vermittelte. Und last but not least, organisierten wir In-Store Tastings, um Konsumentinnen und Konsumenten vom Produkt zu überzeugen.

Welche Zielgruppen sprechen Sie mit dem Marine Style Crispy Filet an?

Garden Gourmet spricht eine sehr breite Zielgruppe an: ob Young & Urban oder Familien mit Kindern, ob Vegan, Vegetarisch, Flexitarier oder Fisch- oder Fleischliebhaber, die ab und zu etwas Abwechslung wollen und die Wert auf guten Geschmack und Nachhaltigkeit legen.

„Garden Gourmet steht für eine grosse Vielfalt an leckeren veganen und vegetarischen Gerichten.“

Wie sehen die nächsten Schritte für das Garden Gourmet Sortiment aus? Gibt es Pläne, das Produktportfolio im Bereich der Fischalternativen weiter auszubauen oder neue Märkte zu erschliessen?

Garden Gourmet steht für eine grosse Vielfalt an leckeren veganen und vegetarischen Gerichten. Unser Sortiment reicht von den Pflanzenburgern, über Nuggets, Veggie Balls oder unseren Bestseller, die Thunfischalternative Vuna bis hin zu Pizzen oder seit Neustem auch Salat-Bowls. Und wir haben noch mehr Ideen in der Pipeline und werden spannende Innovationen auf den Markt bringen.