



Mutti startet neue Kampagne „Einfach Mutti“ und präsentiert sein unvergleichliches Wachstum im Bereich hochwertiger Tomatenprodukte in Deutschland



Bildunterschrift: Die ikonischen Mutti-Löwen feiern ihr animiertes Debüt. © Mutti S.p.A

- Mutti setzt mit der neuen Kampagne „Einfach Mutti“ ein starkes Symbol für Qualität und zeigt die Leidenschaft, Expertise und Innovationskraft, die hinter den Produkten des italienischen Familienunternehmens stecken – von der Ernte bis hin zur Dose.
- Mit einem Volumenanstieg von 10 % in 2024 übertrifft Mutti den gesamten Tomatenmarkt, der lediglich um 2 % wuchs. Die gestützte Bekanntheit der Marke liegt bei 76 %. Jede dritte Person in Deutschland nennt Mutti als präferierte Tomatenmarke.

Hamburg, 20. Januar 2025 - Mutti, die führende europäische Marke für Tomatenprodukte, präsentiert ihre neue Kampagne „Einfach Mutti“ und setzt damit ein starkes Zeichen für Qualität und Kompetenz. Im Zentrum der Kampagne steht ein TV-Spot, der die Reise der Tomaten von der Ernte bis zur Dose eindrucksvoll inszeniert und den tief verwurzelten Qualitätsanspruch von Mutti verdeutlicht – ein Anspruch, der auf 125 Jahren italienischer Familientradition basiert.

Ein besonderes Highlight der Kampagne: Die ikonischen Mutti-Löwen feiern ihr animiertes Debüt und symbolisieren die Hüter der Qualität. Zudem wird der Spot von Francesco Mutti, dem CEO des Unternehmens, persönlich auf Deutsch gesprochen – ein starkes Zeichen, das die Nähe zu den deutschen Verbrauchern und Verbraucherinnen unterstreicht.

„Einfach Mutti“ – der Name ist Programm

Der Titel „Einfach Mutti“ spiegelt die Botschaft der Kampagne wider: Hinter einem scheinbar einfachen Produkt wie einer Tomatendose steckt eine faszinierende Komplexität, geprägt von Leidenschaft, Expertise



und Innovationskraft. **Rafael Narvaez, Chief Marketing Officer von Mutti**, erklärt: „*Unser Ziel ist es, Verbrauchern die unsichtbare Komplexität und das Know-how hinter jedem unserer Produkte näherzubringen. Eine Dose Tomaten mag einfach wirken, doch sie ist das Ergebnis von 125 Jahren unermüdlichen Engagements für Qualität und Innovation. Kaum jemand versteht die Tomate in all ihren Facetten so gut wie Mutti. Mit dieser Kampagne möchten wir nicht nur unsere Position als Marktführer in Deutschland stärken, sondern auch unser einzigartiges Erbe und unsere tiefe Verbindung zur Tomate feiern.*“

Die Kampagne startet heute am 20. Januar, und umfasst TV-, Digital- und Social Media-Maßnahmen. Sie wurde in Zusammenarbeit mit der britischen Agentur Special entwickelt und von EssenceMediaCom vertrieben. Deutschland fungiert als zentraler Markt der Kampagne und bildet somit auch den Kampagnenstart, dem Großbritannien, Polen, die Schweiz und die Niederlande zeitlich versetzt folgen. Mutti hat einen hohen einstelligen Millionenbetrag in diese Kampagne investiert und bekräftigt mit der Initiative seine Absicht, die starke Marktposition weiter zu festigen.

Deutschland: Der Erfolgsmarkt für Mutti

Deutschland hat sich als Schlüsselmarkt für den internationalen Erfolg von Mutti etabliert. Seit dem Markteintritt 2018 hat sich das Unternehmen zum Volumenführer auf dem deutschen Markt für Tomatenprodukte entwickelt. **Sebastian Klotz, General Manager von Mutti Deutschland**, kommentiert: „*In nur sieben Jahren hat Mutti ein beeindruckendes Wachstum erzielt und sich vom Herausforderer zum Volumenführer entwickelt. Dieser historische Meilenstein verdeutlicht nicht nur die Stärke unserer Produkte, sondern auch die Loyalität der deutschen Verbraucher und Verbraucherinnen. Die neue Kampagne wird das Profil von Mutti noch weiter schärfen und unser Engagement für höchste Qualität unterstreichen.*“

Heute ist Mutti mengenmäßig führend auf dem Markt für Tomatenprodukte und steht wertmäßig an zweiter Stelle. Die gestützte Markenbekanntheit von Mutti liegt bei 76 %, und jede dritte Person in Deutschland nennt Mutti als präferierte Tomatenmarke. Dies ist von besonderer Bedeutung, da Deutschland nach Italien der zweitgrößte Markt für Tomatenkonsum in Europa ist. Im Jahr 2024 konnte Mutti ein zweistelliges Wachstum verzeichnen, mit einem Volumenanstieg um 10 %, während der gesamte Tomatenmarkt nur um 2 % wuchs.

Neben der Stärkung des Kernsortiments hat Mutti mit dem Einstieg in die Kategorie Pasta-Saucen bereits eine vielversprechende Grundlage für weiteres Wachstum geschaffen. Der Fokus liegt nun darauf, die Marktposition in dieser und anderen tomatenbezogenen Kategorien auszubauen. Mittelfristig strebt Mutti an, seine Rolle als Mengenführer zu festigen und gleichzeitig zum Wertführer auf dem deutschen Markt in allen tomatenbezogenen Kategorien aufzusteigen.

Der TV-Spot zur Kampagne „Einfach Mutti“ ist unter folgendem Link abrufbar:

<https://youtu.be/H5vpuBvfBJU>.

Über MUTTI

MUTTI SPA – Das traditionsreiche Unternehmen aus Parma ist europäischer Marktführer im Bereich Tomatenprodukte. Marcellino und Callisto Mutti starteten 1899 die erste Tomatenverarbeitungskampagne. Seitdem hat sich die Familie Mutti unter den Leitwerten von Qualität und italienischer Tradition, zusammen mit Respekt für die Lieferkette und die Region, der Verarbeitung von 100 % italienischen Tomaten gewidmet. Sie stellen Tomatenmark, Tomatenpüree und Tomatenstücke her – Produkte, die heute auf der ganzen Welt genossen werden. Der Innovationswille, der seit der Gründung Teil der Unternehmens-DNA ist, hat zur schrittweisen Erweiterung des Mutti-Sortiments geführt, das nun eine große Auswahl an fertigen Soßen und Suppen umfasst. Mit 125 Jahren Erfahrung in der Branche ist die Mutti-Gruppe heute in 100 Ländern weltweit präsent und verzeichnete 2023 einen Nettoumsatz von 665 Millionen Euro. Dabei wurden 525.000 Tonnen Tomaten verarbeitet. Was den Verkauf betrifft, so wurden



2023 die Verkaufsvolumen in Italien durch die Exportvolumen übertroffen, dank eines jahrelangen zweistelligen Wachstums auf dem internationalen Markt. Montechiarugolo (PR) ist der historische Geschäftssitz der Gruppe, die sich allmählich erweitert hat, um alle Bedürfnisse ihrer Verbraucher zu erfüllen. Das Werk in Oliveto Citra (SA) verarbeitet typische süditalienische Spezialitäten wie die Pflaumtomate und die Kirschtomate. Schließlich erwarb Mutti im November 2017 das Werk CO.PAD.OR in Collecchio und gründete die neue Firma Pomodoro 43044 Srl, die zum 1. Januar 2021 in die Mutti SpA integriert wurde.

Hinweis an die Redaktion:

Anbei erhalten Sie die Pressemitteilung sowie passendes Bildmaterial. Den Text und das angehängte Bildmaterial können Sie frei unter Angabe der Quelle verwenden. Zögern Sie nicht, uns bei Fragen oder Anmerkungen zu kontaktieren. Zusätzlich zu dem in der Pressemitteilung genannten Link finden Sie hier weitere Spots zu unserer Kampagne:

- **Qualität (15 Sek.):** <https://youtu.be/GzkKdjbazFY>
- **Nachhaltigkeit (15 Sek.):** <https://youtu.be/PXHASRH2ljc>

Pressekontakt

Hong Mai Ho
PUNKT Gesellschaft für Public Relations mbH
Völckersstraße 44
22765 Hamburg
Tel.: +49 40 853760-31
E-Mail: hho@punkt-pr.de
www.punkt-pr.de