

Čerstvé jako z Kauflandu - nový televizní spot představí širokou nabídku pečiva

4.6.2025 - | Kaufland

Kaufland se pyšní širokou nabídkou čerstvých produktů. Svým zákazníkům nabízí více než 200 druhů ovoce a zeleniny, přes 95 druhů čerstvého pečiva každý den a až 500 druhů čerstvých sýrů.

V posledních měsících společnost dále zdokonaluje interní procesy a zvyšuje kvalifikaci pracovníků odpovědných za sortiment pečiva. Reaguje tak na rostoucí nároky zákazníků na čerstvost, rozmanitost a kvalitu. Každý den je v síti prodejen Kaufland k dispozici více než 95 druhů čerstvého pečiva – od tradičního bílého a celozrnného, přes bezlepkové varianty až po BIO. Nově Kaufland nabízí Novinky týdne – speciální sortiment pečiva, který není běžně dostupný ve stálém sortimentu a každý týden se obměňuje. Najdete zde pečivo jak od regionálních pekařů, tak i z jeho vlastní pekárenské nabídky.

“Kaufland na českém trhu vyniká v široké nabídce produktů, které jsou kvalitní a cenově přijatelné. Letos jsme si dali za cíl zákazníkům ukázat, že při každém výhodném nákupu stojí za to vyzkoušet i něco z našeho širokého a kvalitního sortimentu pečiva. Navazujeme na stávající komunikační koncept zaměřený na ovoce a zeleninu a rozhodli jsme se ve všech komunikačních kanálech vizuálně poutavou a atraktivní formou ukázat, jak u nás vnímáme pečivo,” vysvětluje větší důraz na komunikaci pečiva **marketingová ředitelka Kauflandu Petra Kalužíková**.

Kampaň se obecně soustřeďuje primárně na komunikaci pečiva, ovoce a zeleniny. Oba televizní spoty ukazují cestu produktu z výroby či sklizně na prodejnu a dál až k zákazníkovi domů.

Kreativní zpracování kampaně měla i letos na starost agentura VML, televizní spot po produkční stránce pak agentura Boogie Films. *„S konceptem Čerstvé jako z Kauflandu pokračujeme už třetím rokem a pokaždé se ho snažíme posunout výš. Středem zájmu jsou sice stále produkty, ale vždy hledáme nové způsoby, jak je představit. Chceme zkrátka diváka bavit a ukazovat mu obvyklé věci neobvyklým způsobem. Hodně si hrajeme i s hudbou a zvukovou stopou, která je vždy jiná a spotům dodává odlišnou atmosféru,”* dodává **kreativní ředitel agentury VML Štěpán Kouba**.

Kampaň startuje začátkem června a poběží dva měsíce ve všech komunikačních kanálech. Veřejnost se s ní setká v TV, v instore rádiu, OOH, printu, rádiu, online prostoru, ale letos nově i jako součást eventů, kde je Kaufland partnerem.

Každý den si zákazníci Kauflandu mohou vybrat z mnoha druhů pečiva, dopřát si čerstvé sýry, lahůdky, maso a uzeniny z obslužného pultu, které pocházejí jak z domácí výroby, tak z různých koutů světa, či si vybrat z širokého sortimentu čerstvého ovoce a zeleniny, stejně jako z nabídky plodin v bio kvalitě pěstovaných s ohledem na udržitelnost.

<https://spolecnost.kaufland.cz/pro-novinare/newsroom/2025/cerven/cerstve-jako-z-kauflandu-novy-televizni-spot-predstavi-sirokou-nabidku-peciva>