

Subway launcht neue Signature Series zum World Sandwich Day

Gratis-Probieraktion inklusive

Subway, die größte Schnellrestaurant-Kette weltweit, launcht passend zum World Sandwich Day, der jährlich am 03. November international gefeiert wird, eine echte Sensation: die neuen Signature Series. Sie geben allen Gästen erstmals die Möglichkeit, ihren Favoriten schnell und unkompliziert zu bestellen. Signature Series bieten neun neue Sub-Kreationen mit erstklassigen Rezepturen und stehen für hervorragenden Geschmack. Unterstützt wird der Launch durch eine umfangreiche Kommunikations-Kampagne auf allen Kanälen. Zudem hält Subway an diesem Tag eine Gratis-Probieraktion für Gäste wie auch Franchisenehmer:innen bereit.

Bereits seit 1965 begeistert Subway weltweit Gäste mit frisch belegten Sandwiches. Nun, nach 58 Jahren, kommt es zu einer entscheidenden Neuerung im Produkt-Angebot: die Signature Series. Erstmals können fertige Produkt-Zusammenstellungen einfach und schnell per Fingerzeig geordert werden. Die Option, sich seine Sandwiches wie seit 58 Jahren bekannt, individuell nach eigenen Wünschen zusammenzustellen, bleibt selbstverständlich erhalten. Besondere Gaumenfreude bereitet das überarbeitete und qualitativ hochwertige Zutatenangebot, wie zum Beispiel der spezielle Mozzarella-Emmentaler-Mix, die Sundried Tomatoes oder das Rotisserie Style Chicken. Jedes der neun unterschiedlichen Series-Angebote hat mindestens eine Zutat zusätzlich zu den bekannten Belägen. Dabei bedienen alle Varianten in ihrer individuellen Zusammensetzung einen bestimmten geschmacklichen Charakter, sodass für jeden Geschmack ein entsprechendes Angebot besteht. Auch Topseller wie das legendäre Chicken Teriyaki oder Chicken Fajita haben ein Upgrade durch neue Zutaten erfahren und begeistern nun als Legendary Teriyaki und Fiesta Fajita alle Gäste.

Diese neue Zutatenauswahl wurde im Rahmen aufwändiger Marktforschungs-Aktivitäten von Subway ermittelt. Hierzu hatte das Unternehmen zahlreiche Verbraucher zu einer zweitägigen Verkostung eingeladen und die Ergebnisse von externen Experten auswerten lassen.

Der Launch der Signature Series wird ab November aufmerksamkeitsstark beworben – mit einer großen Kommunikations-Kampagne über alle Off- und Online-Medien hinweg, die in Zusammenarbeit mit der neuen Kreativagentur Saatchi & Saatchi entstand. Unter Einsatz von Werbemitteln wie Out of Home, Online-Video, Radiospots und Social Media Ads werden Gäste und Franchisenehmer:innen allumfänglich über das neue Angebot von Subway informiert.

Christian Bauer, Marketing Director Region DACH/NL/Nordics Subway: „Wir freuen uns, unseren Gästen mit den Subway® Signature Series die leckersten Subs aller Zeiten zu präsentieren und damit noch mehr Gäste von unserem Angebot zu überzeugen.“

page1image8643104

Ein weiteres Highlight wird am World Sandwich Day gefeiert: die Gratis-Probieraktion in verschiedenen deutschen Städten – Details sind noch geheim.

Über Subway® Restaurants

Als eine der größten Schnellrestaurant-Marken der Welt serviert Subway® Millionen von Gästen in mehr als 100 Ländern in über 37.000 Restaurants täglich frisch zubereitete Sandwiches, Wraps, Salate und Bowls. Die Subway®-Restaurants werden von Subway®-Franchisenehmern betrieben - einem Netzwerk von mehr als 20.000 engagierten Unternehmern und Kleinunternehmern, die sich dafür einsetzen, den Gästen in ihren lokalen Gemeinschaften das bestmögliche Erlebnis zu bieten. Mehr Infos unter: www.subway.com.

Subway® ist ein eingetragenes Warenzeichen der Subway® IP LLC. © 2023 Subway® IP LLC

<https://emea.newsroom.subway.com/Press-Releases?item=122572>

