
Gelungene April-Scherze im Bereich Food & Supermarkt

Tagged as : [Digital Marketing Trends](#), [Food](#), [Produktplatzierung](#), [Social Media](#), [Supermarkt](#)

Der 1. April ist jedes Jahr wieder aufs Neue für die Kreativen in den Unternehmen Ansporn und Herausforderung zugleich. Was gab es noch nicht? Was erhitzt die Gemüter? Wie catcht man seine Follower? Wir haben uns mal in den Social Media Kanälen umgesehen und hier einige der erfolgreichsten Ideen aus dem Bereich Food und Supermarkt zusammengetragen.

McDonald's ist am Drücker

Smoothies sind im Trend und Quetschbeutel erfreuen sich ebenfalls großer Beliebtheit – trotz aller negativen Presse im Bezug auf Müll oder Kariesgefahr. Auf diesen Trend setzt McDonald's und präsentiert seiner Social Media Community den „Drückeburger“. Die Reaktionen im Netz sind enorm – wir sagen, Hut ab!

Eine runde Sache bei hanuta

Hanuta gibt es seit 60 Jahren. Da ist es eigentlich mal Zeit für Veränderung, oder nicht? Der Hanuta-Kreis war jedoch nur ein Scherz – aber sehr kreativ.

Bei EDEKA gehts ums Obst!

Jugendliche essen zuviel Junk Food und Schokolade? Dann muss Obst und Gemüse eben besser promoted werden – mit Jugendsprache. Der YOLO-Prospekt von EDEKA war eine witzige Idee – die Zahlen im Netz sprechen ganz klar dafür.

Alnaturas spritzige Wurstidee

Für alle, die sich unterwegs mal schnell ein Wurstbrötchen kredenzen wollen oder mal eben einen Klecks Wurst essen wollen: Die Sprüh-Wurst von Alnatura. Wie sähe wohl der perfekte POS für diese Delikatesse aus?

Sahnige Zeiten bei Dr. Oetker Pizza

Die neue Pizza-Kreation von Dr. Oetker ist erste Sahne! Das wäre vielleicht eine passende Umschreibung für diese Novität, die man bei Dr. Oetker Pizza Deutschland entdecken konnte. Ein echter Hingucker – aber auch hier wollen wir nur ungern probieren.

Bildquelle: [Alexas Fotos](#) from [Pixabay](#)