Pressmeddelande 20181005

Kryddor viktigare än landets styrning?   
- Santa Marias nya burkar skapar debatt

Hur ska Sverige ledas de närmaste fyra åren? Den frågan pryder löpsedlarna i efterdyningarna av valet 2018. Men under torsdagen var det ett annat ämne som toppade Aftonbladets nyhetssida: Kryddburkar.

Att svenskarna värnar om sina kryddor går inte att ta miste på. Massmedia rapporterar i dagarna om konsumenternas starka reaktioner på de nya Santa Maria-förpackningarna. Den klassiska kryddburken, ursprungligen skapad 1959 av designerduon Sigvard Bernadotte och Acton Björn, har fått en make-over.

- Vi var beredda på att det här förändringen skulle väcka känslor, men det här stora engagemanget hade vi inte förutsett. Det är verkligen ett bevis på att våra produkter finns i var mans hem och påverkar våra konsumenter i vardagen, säger Eva Berglie, Kommunikationschef på Paulig Foods, som äger varumärket Santa Maria.

Santa Marias kryddburk har sett ungefär likadan ut i 60 år. Varför väljer man att ändra ett vinnande koncept? Kunde inte kryddburken fått se ut som den alltid har gjort?

- Vår gamla kryddburk har varit uppskattad och älskad av våra konsumenter, men det fanns också många önskemål om förbättringar. Nu tyckte vi att det var dags att göra en rejäl uppfräschning och genomföra många av de förslag som vi har fått från konsumenter under åren. Etiketten på locket är ett sådant exempel. Att vi har tagit bort plasthöljet runt locket är ett annat. Samtidigt är det värt att poängtera att innehållet är detsamma, det vill säga Santa Marias uppskattade kryddor och örter, säger Eva Berglie.

En annan förändring som diskuteras flitigt är den nya större burköppningen, som ersatt ströaren med de små hålen för flera kryddvarianter. Syftet med detta är att göra det enklare för användaren att dosera, kontrollera och styra kryddningen. Smart eller inte? Åsikterna går isär, men ett gediget förarbete gör att man på Paulig Foods känner sig trygg i valet:

- Vi genomförde en rad användartester när vi utvecklade den här förpackningen och resultatet var tydligt: det tog lite tid att vänja sig, men när testpersonerna hade fått pröva några gånger föredrog de flesta den nya lösningen framför den gamla. Samtidigt är vi naturligtvis lyhörda för vad våra konsumenter tycker när vi nu har produkten ute på marknaden. Vi valde till exempel att byta till ströare för vår kanel, efter återkoppling från våra konsumenter, säger Eva Berglie.

Konsumentmakten är som synes stark och sista ordet om Santa Marias kryddburkar är kanske inte sagt. Men förmodligen är det regeringsbildningen som återtar sin förstaplats på agendan efter helgen.

KONTAKT

Eva Berglie  
Kommunikationschef Paulig Foods  
0708-99 19 37  
[eva.berglie@paulig.com](mailto:eva.berglie@paulig.com)

BILDER

Högupplösta bilder finner du i vårt pressrum på MyNewsdesk:  
<http://www.mynewsdesk.com/se/santa_maria>