

Forse investering in Johma

02-01-2008 00:00

Moederbedrijf Uniq investeert zo'n 20 tot 25 miljoen euro in saladefabrikant Johma. De investering moet van Johma weer een toonaangevend A-merk maken.

De eerste resultaten van de herpositionering zijn al zichtbaar. Rood is als dominante kleur voor de verpakking gekozen, de producten worden op specifieke gebruiksmomenten aangepast en de kwaliteit van de ingrediënten is op een hoger niveau gebracht.

Johma heeft voor zijn producten een onderverdeling gemaakt naar ontbijt, lunch, tussendoor, diner en borrel. Het bedrijf heeft eind jaren negentig als eerste een kleurcodering voor de verschillende versies ingevoerd. Maar doordat ook huismerken deze kleuren gingen gebruiken, viel Johma niet langer op. Daarom heeft de saladefabrikant rood als dominante kleur gekozen.