

Dunkin' Donuts schrapt Donuts uit naam

26-09-2018 09:35



Fastfoodketen Dunkin' Donuts verandert zijn naam in enkel Dunkin'. De naamsverandering leidt de nieuwe strategie van de keten in.

Consumenten kiezen steeds vaker voor gezonde producten. Om aan die vraag te voldoen, gooit de keten het over een andere boeg. Vanaf volgend jaar ligt de focus op koffie en andere dranken, een onderdeel dat nu al circa zestig procent van de omzet vormt. Met het verwijderen van het woord donuts hoopt het merk duidelijk te maken dat zij meer leveren dan enkel zoetheid.

"Onze nieuwe branding is een van de vele dingen die we doen als onderdeel van onze blauwdruk voor groei om de ervaring van Dunkin' voor onze klanten te moderniseren", aldus Dunkin' Brands-ceo David Hoffmann.

Hoewel het woord 'donuts' niet langer onderdeel is van de naam of het logo, blijft het kenmerkende gefrituurde zoete broodje wel een belangrijk onderdeel van het assortiment. Jaarlijks verkoopt het bedrijf 2,9 miljard donuts. Alle vestigingen blijven verplicht om dagelijks de populairste types donuts te verkopen, naast de lokale favorieten.

De nieuwe huisstijl, met het vertrouwde lettertype en kleurstelling, verschijnt begin volgende jaar op alle uitingen en verpakkingen. Op de Europese winkels zal voorlopig nog het oude logo prijken. Deze worden pas als laatste vervangen. Vorig jaar testte de fastfoodketen de kortere naam al bij een aantal Amerikaanse vestigingen.