



Hatting-teamet ved markeds-, innovasjons- og bærekraftsdirektør Aina Hagen, markedssjef Elin Renbjør og kategorisjef Anette Andersen er stolte av det nye posedesignet som gjør det enklere å navigere i frysedisken.

25-06-2025 08:00 CEST

Nytt Hatting-design gjør det lettere å finne frokostfavoritten i frysedisken

Hatting har en sterk posisjon i folks hoder. Nå har merkevaren også et nytt og samlende design på alle fryste produkter som står i stil til markedsposisjonen og gjør det enklere for forbruker å navigere i frysedisken.

Bakgrunnen for designendringen er basert på en større innsiktsundersøkelse gjort i samarbeid med NSB Best Marketing Practice i 2024.

– Funnene viste at Hatting har en meget sterk posisjon i hodet til forbruker, som vi innså at ikke var godt nok reflektert på posene våre, sier Aina Hagen,

markeds-, innovasjons- og bærekraftsdirektør i Lantmännen Unibake – selskapet bak Hatting.

Hun peker på at logoen var litt bortgjemt og at mange ulike budskap på de ulike pakningene kunne skape forvirring.

– Studien gjorde det tydelig for oss hvilket potensial vi hadde for å bygge merkevaren vår tydeligere gjennom pakningen, samt behovet for å rydde opp i de ulike designelementene, sier Hagen.

Helhetlig designuttrykk

De nye designendringene gjør det enklere for forbruker å navigere i frysedisken og se hvilke rundstykker og bakevarer som er fra Hatting.

Logoen har fått en dominant plassering på alle posene, slik at hele serien får et mer helhetlig uttrykk. Innsikten viser også et voksende behov for grove og sunne alternativer. Derfor er Brødskala-symbolet og Nøkkelhullet plassert godt synlig på posen.

– Vi ønsket å gi Hatting et tydelig, enhetlig uttrykk med blokkeffekt – som gjør det enklere å finne igjen merkevaren i frysedisken, sier designer Anna Ducros i Dinamo.



Tett dialog med analyse- og designbyrå

Markedssjef for Hatting, Elin Renbjør, er meget fornøyd med resultatet og legger vekt på at tett dialog med både analyse- og designbyrå har gjort dette mulig.

– Vi har helt fra start vært opptatt av å omsette markedsinnsikt i et riktig designmessig uttrykk, samtidig som vi ønsket å skape en helhet for porteføljen, sier Annie Myhre i Dinamo. Hun har ledet utviklingen i Dinamo, mens NSB/Best Marketing Practice har stått for det strategiske arbeidet.

Partner Joakim Vars Nielsen i NSB er imponert over designforbedringen.

– Nå får endelig Hatting sin sterke merkevare den synligheten den fortjener i frysedisken slik at fysisk tilgjengelighet står i stil med mental tilgjengelighet, konkluderer han.



Lantmännen Unibake er Norges største leverandører av fryste bakervarer til storhusholdning og dagligvare, sistnevnte under merkevaren Hatting. Vi har to moderne bakerier i Norge – på Langhus sør for Oslo og i Lier utenfor Drammen. Der jobber 160 dedikerte medarbeidere med lidenskap for god bakst kontinuerlig for å løse morgendagens utfordringer i bakeribransjen.

[Lantmännen Unibake](#) er et ledende internasjonalt bakerikonsern med over 6.000 ansatte i mer enn 20 land, eid av svenske bønder gjennom samvirkeforetaket [Lantmännen](#).

Kontaktpersoner



Christel Nordhagen

Pressekontakt

PR- og digitalansvarlig

christel.nordhagen@lantmannen.com

+47 97 54 39 39



Elin Renbjør

Markedssjef Hatting

elin.renbjor@lantmannen.com

+ 47 950 47 406