

„Mach den ersten Dip.“: Domino's relaucht sein Dip-Sortiment und bringt neue Trend-Sorten auf die Speisekarte

Hamburg, 05. August 2026. Domino's Pizza Deutschland macht sein Dip-Sortiment bereit für den großen Auftritt und erweitert es um drei neue Geschmacksrichtungen: Trüffel Style, Jalapeño Limette und Scharf. Mit dem Relaunch holt Deutschlands größter Pizza-Lieferservice die Dips aus der Nebenrolle und macht sie zu einem eigenständigen Genussmoment – nicht nur zu Chicken und Pizzabrötchen, sondern künftig noch stärker auch zur Pizza. Gleichzeitig sind die neuen Dips der erste sichtbare Baustein einer umfassenden Weiterentwicklung des Markenauftritts.

Das aus den USA bekannte Konzept möchte Domino's nun auch hierzulande stärker etablieren: Beim Pizza-Dipping wird das Pizzastück und speziell der Rand bewusst in einen oder verschiedene Dips getaucht und so mit einer zusätzlichen Geschmacksebene aufgeladen. Dadurch lässt sich der klassische Pizzagenuss individuell erweitern: Unterschiedliche Saucen schaffen neue Flavor-Kombinationen, spannende Kontraste und eine interaktive Genuss-Experience.

Neben den drei neuen Trend-Sorten Trüffel Style, Jalapeño Limette und Scharf sorgt auch das neue Verpackungsdesign im neuen CI für Aufmerksamkeit. Mit kräftigen Farben, humorvollen Sprüchen und einem modernen Design erhalten die Dips einen eigenständigen Markenauftritt. Statt nüchterner Produktbeschreibungen sorgen Botschaften wie „**Beziehungsstatus: Aioli.**“, „**Der Klügere dippt nach.**“, „**Fine Dining? Fine Dipping.**“ oder „**Klingt wild. Schmeckt wilder.**“ für Aufmerksamkeit und ein Schmunzeln beim Öffnen der Bestellung.



„Mit dem Relaunch holen wir unsere Dips aus der Nebenrolle. Unsere Kundinnen und Kunden dippen heute besonders gerne Pizzabrötchen, nun möchten wir zeigen, wie viel extra Genuss auch Pizza-Dipping bringen kann. Die bekannten Favoriten wie Knoblauch und Aioli bleiben das vertraute Fundament, während wechselnde Trend-Sorten immer wieder neue Geschmackserlebnisse schaffen. Gleichzeitig bringen die neuen Verpackungen genau die Persönlichkeit und den Humor zum Ausdruck, für die die Marke Domino's steht: kreativ, überraschend und ISS NICH NORMAL“, sagt Sarah Kilian, Senior Brand Manager bei Domino's Pizza Deutschland.

Begleitet wird die Einführung von einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne unter dem Motto „Mach den ersten Dip.“ Im Mittelpunkt stehen die Aktivierung zum erstmaligen Ausprobieren des Pizza-Dippings sowie die Inszenierung der Sorten- und Geschmacksvielfalt. Der Relaunch wird über die Domino's-eigenen Kanäle ausgespielt mit besonderem Fokus auf den Webshop, die App und Aggregatoren. Interaktive Platzierungen im Newsletter und aufmerksamkeitsstarker Social-Media-Content sollen zum Probieren anregen und die Dips als festen Bestandteil der Pizza-Experience etablieren.

Die neue Kampagne markiert zugleich den Auftakt einer schrittweisen Modernisierung des Markenauftritts von Domino's Deutschland. Im Zentrum steht eine Rückbesinnung auf die ikonischen Markenfalten Rot, Weiß und Blau, die künftig deutlich intensiver und leuchtender inszeniert werden. Die reduzierte, kontraststarke Gestaltung sorgt zugleich für mehr Präsenz und eine schnelle Wiedererkennbarkeit – insbesondere auf Verpackungen und an digitalen Kontaktpunkten. Das Logo des Domino-Steins rückt dabei stärker in den Vordergrund, ebenso wie die ikonische D-förmige Form des Kartons, was in der Designsprache aufgenommen wird.

Oder wie Domino's sagen würde: Dip Dip Hurra.



Über Domino's Pizza Deutschland GmbH

Domino's Pizza Deutschland ist mit rund 400 Stores, rund 180 Franchisepartner:innen sowie über 10.500 Mitarbeiter:innen Marktführer im Bereich Pizza Home Delivery und gehört zu den zehn größten Gastro-Franchisegebern. Die Marke mit dem rot-blauen Dominostein bereitet jährlich 30 Mio. Pizzen zu. Dabei verfolgt Domino's Pizza stets das Ziel, handgemachte Pizza, Pasta, Salate sowie Wraps, Chicken Snacks und Desserts aus hochwertigen Zutaten schnell und frisch zu liefern. www.dominos.de

Pressekontakt:

Email: presse@dominos.de

Domino's Newsroom: <https://www.dominos.de/dominospresse/>