



PRESSEMITTEILUNG

Mit Bonbel® im neuen Design ab nach Paris und sich verzaubern lassen

Grasbrunn, 5. Dezember 2018 – Zum Ende des Jahres steigert Bonbel® mit einer innovativen Digital-Media-Kampagne nicht nur die Markenbekanntheit, sondern bringt parallel mit seinem neuen Gewand auch noch Attraktivität ins Kühlregal. Highlight der Relaunch-Kampagne ist ein großes Gewinnspiel: Zu gewinnen gibt es eine Reise ins Disneyland Paris inklusive Flug und Hotel für die ganze Familie – schließlich greifen gerade junge Familien mit Kindern bei Deutschlands beliebtester Butterkäsemarke Bonbel® zu. Für Händler bedeutet die Aktion, die noch bis KW 52 sowohl an der Theke als auch im SB-Bereich läuft, aufgrund des attraktiven Gewinnspiels mehr Aufmerksamkeit im Markt. Zusätzlich zur Werbekampagne, welche über audio-visuelle-Kanäle gesteuert wird, unterstützen Werbemittel am POS die Kampagne und regen zum Mitmachen an. Alle Werbemittel führen direkt zum Gewinnspiel auf www.alles-cremig.de.

Seit Ende November zeigt sich Bonbel® in bewährter Qualität, aber mit neuem Look. Das moderne Design der Verpackung sorgt mit zahlreichen Neuerungen für einen frischen, zeitgemäßen Auftritt im Kühlregal: Die Flagge versprüht französisches Flair, die klare Sortenbezeichnung erleichtert die Kaufentscheidung und das Sichtfenster in Form eines Herzes sowie die appetitanregende Abbildung heben Bonbel® in der Kategorie deutlich hervor. Zusätzlich ist die wiederverschließbare Verpackung mit einem prominenten Hinweis auf die Positionierung als Nr. 1 im Segment Butterkäse versehen und lädt damit zum Zugreifen ein.



„Lass dich verzaubern!“, heißt es noch bis Ende Dezember für alle Bonbel® Fans. Kunden werden im Promotionszeitraum von KW 47 bis 52 am POS und digital von Bonbel® auf das Gewinnspiel



Sharing smiles

aufmerksam gemacht. Der hochpreisige Gewinn umfasst drei zweitägige Reisen ins Disneyland Paris inklusive Flug und Hotel für die ganze Familie (für bis zu vier Personen). Mit dieser Promotion können Händler insbesondere bei Familien kräftig punkten.

Und so funktioniert's: Einfach online auf www.alles-cremig.de gehen und an der Umfrage teilnehmen. Dann heißt es Daumen drücken, von magischen Momenten im Disneyland Paris träumen und hoffen, sie live erleben zu dürfen.



Eine impressionsstarke Digital- und POS-Kampagne mit einer gezielten Ansprache von haushaltsführenden Familienmitgliedern regt zum Kaufen und Mitmachen an. Im Aktionszeitraum schaffen aufmerksamkeitsstarke Werbesäulen, Thekenaufsteller und Regalstopper sowohl an der Theke als auch im SB-Bereich Kaufanreize im Handel. Ein absoluter Hingucker in den Märkten sind außerdem die beleuchteten Bonbel® Coolios mit Instore TV, die zusätzlich Lust auf den beliebtesten Butterkäse Deutschlands machen. Begleitet wird die Promotion durch die granulare Ansprache über das Smartphone via YouTube und Spotify sowie die Einkaufslisten-App Bring!.



Über Bel

Die Bel Gruppe ist einer der führenden Markenkäsehersteller weltweit. Das Portfolio von differenzierten, international bekannten Marken wie Die lachende Kuh®, Mini Babybel®, Kiri®, Leerdammer® und Boursin® sowie mehr als 20 lokalen Marken, ermöglichte es der Gruppe, im Jahr 2016 einen Umsatz von 2,9 Milliarden Euro zu erwirtschaften. Rund 12.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern tragen zum Erfolg der Gruppe bei. Die Produkte der Bel Gruppe werden in 30 Werken produziert und in über 140 Ländern verkauft. Die in Grasbrunn bei München ansässige Tochtergesellschaft Bel Deutschland GmbH ist für den Vertrieb der Produkte in Deutschland und Österreich verantwortlich. Das Unternehmen verzeichnete im Jahr 2016 einen Umsatz von 271 Millionen Euro und beschäftigt derzeit 130 Mitarbeiter.

Weitere Informationen unter www.bel-deutschland.de und www.bonbel.de.

Für Rückfragen:

Marina Brummer

Bel Deutschland GmbH

Phone: +49 (0)89 666 96-305

Fax: +49 (0)89 666 96-455

Email: presse_deutschland@groupe-bel.com