

PRESSEMITTEILUNG

Entdecke das Gute in Kiri®

Zum Frühlingsanfang macht Kiri® mit einem attraktiven Gewinnspiel auf sich aufmerksam

Grasbrunn, 14.01.2019 – Kiri® startet Mitte März mit einer Promotion, die mächtig Grund zur Freude bringt und Konsumenten animiert, das Gute in Kiri® zu entdecken! Im Aktionszeitraum von KW 12 bis 16 haben kleine und große Kiri®-Fans die Chance, eine Bauernhofreise zu gewinnen und das Melken zu lernen. Gelegenheit dazu bietet das Gewinnspiel auf allen Kiri® Produkten – Kiri® Portionen und Kiri DIPPI®. Eine massive mediale Unterstützung beschert dem Handel Frühlingsstimmung und starke Umsätze.



Kiri® trägt zu einer ausgewogenen Ernährung bei und Kiri® DIPPI ist der ideale Snack für den kleinen Hunger zwischendurch. Noch dazu bringen die Produkte im Aktionszeitraum die Chance, einen von zehn Melkkursen auf einem LandSelection-Hof zu gewinnen. Diese Bauernhöfe begeistern mit einem besonderen Hofkonzept und legen großen Wert darauf, Kinder für den bewussten Umgang mit Lebensmitteln zu sensibilisieren.

Die Promotion von Kiri® unterstreicht den nachhaltigen Ansatz, den Kiri® verfolgt und der auch durch die Initiative für Weidehaltung zum Ausdruck kommt. Im Aktionszeitraum unterstützen aufmerksamkeitsstarke POS-Displays für absatzfördernde Zweitplatzierungen den Handel. Begleitet wird die Promotion durch eine massive Media-Unterstützung: über 330 Mio. Media-Kontakte werden durch den Kiri® DIPPI Markenspot generiert. An der Promotion beteiligt sind neben Kiri® DIPPI die 6er- und 10er-Sahne-Portionen von Kiri®. Das Gewinnspiel „Melken lernen“ wird von KW 12 bis 16 auf allen Packungen kommuniziert.

Und so funktioniert's: Website www.entdeckekiri.de besuchen, die Gewinnspiel-Teilnahmemaske ausfüllen und die Abbildung des Kassenbons hochladen. Die zehn Gewinner können sich auf eine unvergessliche Bauernhofreise in ein Landquartier freuen und dabei helfen, eine Kuh zu melken.



Über Bel

Die Bel Gruppe ist einer der führenden Markenkäsehersteller weltweit. Das Portfolio von differenzierten, international bekannten Marken wie Die lachende Kuh®, Kiri®, Mini Babybel®, 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.kiri-spiss.de