



PRESSEMITTEILUNG

Kiri® und die Minions erobern die Herzen der Kids

Grasbrunn, 04.03.2024 – Cremiger Snack-Spaß und tolle Gewinne: Kiri® und die Minions sind das perfekt-spaßige Dream-Team im Kühlregal. Die neue Kiri Aktivierung mischt den POS von KW 17 bis 25 / 2024 so richtig auf. Die gesamte Kiri®-Range strahlt nicht nur dank der leuchtend gelben Minihelden aus dem Kühlregal, sondern ist im Aktionszeitraum auch mit einem Gewinnspiel-QR-Code versehen. Die Teilnahme für Verbraucher ist daher sehr einfach und es gibt tolle Preise zu gewinnen! Für große Umsätze stehen dem Handel auffällige Werbesäulen, Wobblers und Displays zur Verfügung.

Die kleinen gelben Helferlein zieren während der neuen Promotion die Kiri®-Verpackungen und lassen die Herzen kleiner und großer Käsefans höher schlagen. Das Zusammenspiel aus Spaß und dem milden, unverwechselbaren Geschmack von Kiri® erhöht den Spaß in den Pausen gleich doppelt. Im Mittelpunkt der Promotion steht ein Gewinnspiel, bei dem es tolle Minion-Preise zu gewinnen gibt. Die Teilnahme ist kinderleicht: Einfach ein Aktionsprodukt kaufen, den aufgedruckten QR-Code scannen und den Kassenbonn auf der Gewinnspielseite www.kiri-gewinnspiel.com hochladen. An der Aktivierung ist die gesamte Kiri® Range beteiligt: Kiri® Portionen 6er und 10er, Kiri® Dippi Natur 3er und 5er, Kiri® Dippi Vollkorn 3er und Kiri® Natur Schale.

Die Kiri®-Verpackungen mit lustigen Minion-Figuren, welche auch die Promo-Displays, Wobblers und Werbesäulen zu einem echten Hingucker machen, bringen Farbe und jede Menge gute Laune an den POS.

Über Bel

Die Bel-Gruppe, ein 1865 gegründetes französisches Familienunternehmen mit Hauptsitz in Suresnes, Frankreich, ist einer der Weltmarktführer für Markenkäse und ein wichtiger Akteur in der Lebensmittelindustrie im Bereich Molkereiprodukte, Obstprodukte und pflanzlicher Produkte. Mit ihrem Portfolio an vielfältigen und international anerkannten Marken wie Babybel®, Kiri®, La vache qui rit®, Boursin®, Nurishh®, Pom'Potes® und GoGo squeeZ® sowie rund 30 weiteren lokalen Marken konnte das Unternehmen im Jahr 2023 einen Umsatz von 3,645 Milliarden Euro erzielen.

Rund 10.900 Mitarbeiter in 51 Tochtergesellschaften auf der ganzen Welt tragen zur Umsetzung der Mission der Gruppe bei, sich für gesündere und verantwortungsvolle Lebensmittel für alle einzusetzen. Die Produkte von Bel werden an 30 Produktionsstandorten hergestellt und in mehr als 120 Ländern vertrieben.

In der D-A-CH-Region firmiert neben der in Grasbrunn bei München ansässigen Bel Brands Deutschland GmbH, mit einer Zweigniederlassung in Wien, die Bel Suisse mit Sitz in Cham, Schweiz.

www.bel-brands.de

www.bel-group.com