



## PRESSEMITTEILUNG

# Halbzeit-Supersnack zum Fußballereignis 2018: mit Mini Babybel® zum Umsatzsieg

Sonderedition mit Trikot-Nummern und spannendem Tippspiel

Grasbrunn, 04. Mai 2018 – Wenn es fürs runde Leder Halbzeit heißt, kommen die Fußballfans zum Zug: Mit Mini Babybel® wird die Fußballsaison 2018 zum Halbzeit-Supersnack-Ereignis und Händler erhalten die Chance auf ihr persönliches Umsatz-Tor. Der beliebte Käsesnack kleidet sich im Promotionszeitraum von KW 23 bis 28 in 24 farbenfrohe Trikots. Ein Online-Spiel, bei dem mit den Aktions-Babybels vor jedem Spiel auf einen Torschützen getippt werden kann, verkürzt die Wartezeit bis zum Finaltag. Die Promotion wird auf allen Kanälen begleitet: am POS, im TV und online auf Facebook.

„Minis vor, Umsatz-Tor!“ heißt es für Händler im Mini Babybel® Promotionszeitraum von KW 23 bis 28. In diesen Wochen, begleitend zum Fußballhighlight des Jahres, verwandeln sich die kleinen Käselieblinge in Halbzeit-Supersnacks mit bunten Trikots. Sogar ein Schiedsrichter ist unter den 24 limitierten Designs. Mit dieser Promotion können Händler bei ihren fußballbegeisterten Kunden kräftig punkten: Bei einem lustigen Online-Spiel können Snackfans für jeden Spieltag auf einen Torschützen tippen und ein Foto des Aktions-Babybels mit der Torschützen-

Trikotnummer auf der Aktions-Webseite hochladen. Hat der Torschütze getroffen, gibt es die Chance, am Finaltag einen der fünf Reisegutscheine im Wert von jeweils 1500 Euro oder einen von 150 Tischkickern zu gewinnen.



Aufmerksamkeitsstarke Aufbauten am POS sorgen ordentlich für Fußballfieber. Mini Babybel® ist als Käsesnack eine beliebte Alternative zu anderen salzigen Snacks sowie süßen Knabbereien. Der Aufbau mit den Verkaufsdiskursen, der wie ein Tor arrangiert ist, macht zusätzlich Lust auf den herzhaften Halbzeit-Supersnack. Der begleitende TV-Spot mit einer Reichweite von 300 Mio. Bruttokontakten und die Begleitung auf der Facebookseite von Mini Babybel® steigern im Aktionszeitraum die Nachfrage im Handel.



## **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](http://www.bel-deutschland.de) und [www.babybel.de](http://www.babybel.de).

---

### **Weitere Informationen und Bildmaterial können Sie gerne anfordern bei:**

zweiblick // kommunikation, alexandra herr

wilhelm-hale-str. 50, 80639 münchen

fon 089.21668112, fax 089.21668115, a.herr @zweiblick.com