



## PRESSEMITTEILUNG

### Die Welt entdecken mit Kiri® und Libro

**Grasbrunn, 29.11.2022 – Personalisierte Wimmelbücher sind der Hit bei Kindern. Beim großen Gewinnspiel von Kiri® in Kooperation mit Libro gibt es die Chance, eines von 555 Weltreise-Wimmelbüchern zu gewinnen, in denen ein individualisierter Charakter die Hauptrolle spielt. Die Gewinnspiel-Aktionsprodukte von Kiri® sind von KW 3 bis 13/2023 mit einem QR-Code versehen, mit dem Konsumenten einfach am Gewinnspiel teilnehmen können. Für Unterstützung der Aktion am POS stehen dem Handel aufmerksamkeitsstarke Werbesäulen und Displays zur Verfügung.**

Im ersten Quartal gibt es für Familien – neben dem milden, frischen Geschmack von Kiri® – noch einen Grund mehr, Kiri® in den Einkaufswagen zu packen. Denn mit jedem Kauf eines Kiri® Aktionsprodukts steigt die Chance, eines von 555 personalisierten Wimmelbüchern des Kooperationspartners Libro zu gewinnen. In dem liebevoll illustrierten Wimmelbuch geht es für Kinder auf einer abenteuerlichen Reise einmal um die Welt. Und das Besondere: es können individualisierte Charaktere gestaltet werden mit selbst gewähltem Namen und Aussehen. Niemen gibt es bei diesem Gewinnspiel nicht, denn auch Nicht-Gewinner dürfen sich auf jeden Fall über einen 10% Gutschein für den Libro Onlineshop freuen. Um am Gewinnspiel teilzunehmen und unmittelbar zu sehen, ob man gewonnen hat, müssen Konsumenten einfach bis zum 15.04.2023 den QR-Code auf der Packung scannen (oder direkt auf die Aktionsseite [www.kiri-gewinnspiel.com](http://www.kiri-gewinnspiel.com) gehen), das Teilnahmeformular ausfüllen und den Kassenbon hochladen. Gewinner erhalten einen Gutschein-Code für den Libro Onlineshop, können ihr Wimmelbuch dort nach persönlichen Vorstellungen gestalten und bekommen das gedruckte Buch dann nach Hause geschickt. An der Wimmelbuch-Promotion sind die folgenden Kiri Aktionsprodukte beteiligt: Kiri® Portionen, Kiri® Dippi Natur und Kiri® Schale.

Die auffällige Gestaltung der Verpackung mit dem Hinweis auf das Weltreise-Wimmelbuch weckt die Neugier bei großen und kleinen Kiri®-Fans und lädt direkt zum Zugreifen ein. Für eine optimale Sichtbarkeit auf der Verkaufsfläche sorgt das attraktive POS-Paket mit aktivierenden Displays und Werbesäulen. Online gibt es zusätzlich eine starke Unterstützung der Aktion durch Instagram und Facebook.



## **Über Bel**

*Die Bel Group, ein 1865 gegründetes französisches Familienunternehmen mit Hauptsitz in Suresnes, Frankreich, ist ein weltweit führender Anbieter von Markenkäse und ein wichtiger Akteur auf dem Markt für ausgewogene Snacks. Die Gruppe hat im Jahr 2021 einen Umsatz von 3,38 Mrd. Euro erzielt. Die internationale Entwicklung basiert auf einem Portfolio von renommierten Marken wie Babybel®, Kiri®, La Vache qui rit® und Boursin® sowie über 20 lokalen Marken. Die Produkte der Bel Group werden in 29 Werken weltweit produziert und in ca. 120 Ländern verkauft. Das Motto „For All. For Good.“ leitet seit Herbst 2019 die ca. 11.800 Mitarbeiter bei der Umsetzung eines nachhaltigeren und profitableren Geschäftsmodells.*

*In der Region DACH 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](http://www.bel-brands.de)

[www.bel-group.com](http://www.bel-group.com)