



LEERDAMMER® im neuen Gewand: der Marktführer präsentiert sein Produktportfolio im Selbstbedienungsbereich im neuen Design



Grasbrunn, 15.05.2018 – Im Frühjahr 2018 hüllt LEERDAMMER® seine Scheiben und Stücke in ein neues, modernes Design. Mit der bekannten Farbkodierung der Sorten und den neu hinzugefügten Geschmacksbeschreibungen auf der Verpackungsvorderseite sorgt LEERDAMMER® für eine noch bessere Orientierung der Verbraucher im LEERDAMMER® Sortiment. Nach wie vor sind die Verpackungen mit dem Siegel der LEERDAMMER® „Initiative für Weidehaltung“ gekennzeichnet.

Als Marktführer in der Gelben Linie¹ hat sich LEERDAMMER® schon lange in den Kühlregalen des Lebensmittelhandels etabliert. Nun verleiht LEERDAMMER® seinen Produkten im Frühjahr 2018 ein modernes, frisches Design – der Inhalt der Verpackungen, sowohl Rezeptur als auch Grammatik, bleibt dabei unverändert.

Schnelle Orientierung im LEERDAMMER® Sortiment

Mit dem Designrelaunch soll den Konsumenten die Orientierung innerhalb des wachsenden Portfolios erleichtert werden: die Geschmacksbeschreibungen auf der Verpackungsvorderseite sowie die bereits bekannten Sortenbezeichnungen und Farbkodierungen vereinfachen das schnelle Zurechtfinden in der breiten LEERDAMMER® Produktpalette, sodass die Shopper noch schneller zu ihrem LEERDAMMER® Lieblingsprodukt greifen können.

Studienergebnisse haben gezeigt, dass insbesondere die Beschreibung des Geschmacks für die Kaufentscheidung wichtig ist, da dieser von Anfang an mitentscheidet.² Zudem laden die appetitlichen Produktabbildungen den Konsumenten zum sofortigen Zugreifen ein. Die klare Wiedererkennbarkeit der Marke im Kühlregal wird auch weiterhin durch das LEERDAMMER® Logo und das bekannte LEERDAMMER® Gelb gewährleistet.

¹ Vgl. Nielsen, LEH total, HSK SB, Umsatz, 2017

² Vgl. GfK 2016, Qualitative Shopper Insight Studie



Gekennzeichnet mit dem Siegel der LEERDAMMER® „Initiative für Weidehaltung“

Das Siegel der LEERDAMMER® „Initiative für Weidehaltung“, welches seit 2017 auf allen in den Niederlanden hergestellten LEERDAMMER® Produkten abgebildet ist, bleibt auch auf den neuen Verpackungen erhalten. Es sorgt für mehr Transparenz und macht direkt am POS auf das Engagement der Marke im Bereich Nachhaltigkeit, insbesondere im Bereich der nachhaltigen Landwirtschaft, aufmerksam. Dies ist auch im Interesse der Konsumenten, denn Studien zufolge werden Tierwohl-Label für die Mehrheit der Verbraucher beim Einkauf immer relevanter. Das Siegel gewährleistet, dass das Produkt zu 100 Prozent aus Milch der LEERDAMMER® „Initiative für Weidehaltung“ hergestellt wurde. Diese stammt von Kühen, die zwischen Frühling und Herbst ein Minimum von 6 Stunden am Tag an mindestens 120 Tagen pro Jahr auf niederländischen Weiden grasen. Bei extremen Witterungsbedingungen sorgen die kooperierenden Milchbauern dafür, dass die Kühe in ihren Ställen geschützt werden. Darüber hinaus umfasst das Siegel auch weitere Elemente zur Förderung einer nachhaltigeren Landwirtschaft.



Für Rückfragen:

Marina Brummer
Bel Deutschland GmbH

Phone: +49 (0)89 666 96-305
Fax: +49 (0)89 666 96-455
Email: mbrummer@groupe-bel.com

Über LEERDAMMER®:

LEERDAMMER® ist mit einem breiten Portfolio im Selbstbedienungsregal sowie an der Theke präsent, genießt in Deutschland eine sehr hohe Markenbekanntheit (93%) und ist Marktführer in der Gelben Linie.***

Über Bel

Die Bel Gruppe ist weltweit einer der führenden Hersteller im Segment Markenkäse und bedeutender Akteur im Bereich der gesunden Snacks. 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 2017 einen Umsatz von 3,3 Milliarden Euro zu erwirtschaften. 12.700 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern tragen zum Erfolg der Gruppe bei. Die Produkte der Bel Gruppe werden in 32 Werken produziert und in über 130 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 2017 einen Umsatz von 273 Millionen Euro und beschäftigt derzeit 130 Mitarbeiter.

www.bel-deutschland.de
www.bel-group.com

* Millward Brown Awareness Tracking, Jahr 2016. ** Nielsen, umsatzstärkste Marke Gelbe Linie Total (SB + Theke), 2017.