



Leerdammer Snack lädt zum Gratistesten ein

(Grasbrunn, Januar 2016) Im Jahr 2016 führt Leerdammer für seine Snack-Käsewürfel eine attraktive Aktivierungsoffensive durch und lädt ganz Deutschland von KW 10 bis KW 13 zum Probieren ein.

Über Wobblers, direkt auf den Snack-Bechern, wird den Verbrauchern die Möglichkeit gegeben, das Produkt zu testen und den kompletten Einkaufspreis zurückzuerhalten. Im Laden weisen Werbematerialien wie Säulen, Poster und Regalstopper den Kunden den Weg zur leckeren Snackalternative von Leerdammer. Die nationale Gratistesten-Aktion am POS soll Probierkäufe generieren und die Aufmerksamkeit der Marke in der jungen Snack-Kategorie steigern.

Bereits im letzten Jahr konnten sich die Konsumenten über die Promotion freuen. Die besonders hohe Konsumentenakzeptanz in 2015 inspirierte den Marktführer nun zur Wiederauflage.

Leerdammer Snack eignet sich perfekt zum Mitnehmen und zum Teilen, denn durch den praktischen wiederverschließbaren Deckel lassen sich die Snackbecher sicher transportieren und behalten auch nach dem ersten Öffnen ihr unverwechselbares Aroma. Die leckeren Käsewürfel sind in den beiden beliebten Varianten Original und Caractère erhältlich.

Steckbrief: Leerdammer Snack Gratistesten-Aktion

Vertrieb	Bel Deutschland GmbH, Werner-von-Siemens-Ring 12, 85630 Grasbrunn
Produkte	LEERDAMMER® Snack, Würfel im 110-g-Snackbecher <ul style="list-style-type: none"> • Original (45 % Fett i. Tr.) • Caractère (48 % Fett i. Tr.)
Aktion im Handel	KW 10 bis KW 13 2016
UVP	1,99 € – 2,29 €
Key Facts	<ul style="list-style-type: none"> • Nationale Gratistesten-Aktion von LEERDAMMER® Snack • Einfache Mechanik: <ul style="list-style-type: none"> ○ Leerdammer Snack Original oder Caractère kaufen ○ Kassenbon im Internet hochladen ○ Kaufpreis zurückerhalten



Über LEERDAMMER®

LEERDAMMER® ist seit über 30 Jahren erfolgreich im deutschen Markt vertreten und heute die beliebteste Käsemarke der Deutschen. LEERDAMMER® genießt in Deutschland eine sehr hohe Markenbekanntheit (90 %)¹, ist Marktführer in der Gelben Linie und erzielt mehr als 60 Prozent seines Gesamtabsatzes im Selbstbedienungsbereich.²

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 2014 einen Umsatz von 2,8 Milliarden Euro zu erwirtschaften. Rund 11.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern tragen zum Erfolg der Gruppe bei. Die Produkte der Bel Gruppe werden in 28 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 2014 einen Umsatz von 289 Millionen Euro und beschäftigt derzeit 127 Mitarbeiter.

www.bel-deutschland.de

www.bel-group.com

Pressekontakt:

Bel Deutschland GmbH

Iris Radière

Communication Manager

Werner-von-Siemens-Ring 12

85630 Grasbrunn

E-Mail: iradiere@groupe-bel.com

Tel.: 089 66696-240

www.bel-group.com

¹ Quelle: Millward Brown Awareness Tracking, Jahr 2015.

² Quelle: AC Nielsen, LEH & DM, Hart- und Schnittkäse, Selbstbedienung, Umsatz, YTD Nov 2015.