



## **Maximale Aufmerksamkeit für LEERDAMMER® Snack:**

### **Die LEERDAMMER® Snack Kommunikations-Offensive 2015**

**(Grasbrunn, Oktober 2015) Auch im Jahr 2015 führt LEERDAMMER® für seine Snack-Käsewürfel eine breit angelegte Aktivierungsoffensive durch und unterstützt somit den Produktlaunch. Deutschlandweit sind die mundgerechten LEERDAMMER® Würfel dabei durch eine vielseitige Snack-Kommunikations-Offensive im Zeitraum von KW 20 bis 46 in aller Munde. Der Marktführer lenkt nach den reichweitenstarken TV- und Viralkampagnen am Anfang des Jahres erneut gezielt die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf LEERDAMMER® Snack und zeigt aktiv Verwendungsanlässe und Verzehrssituationen auf.**

Im letzten Jahr hat LEERDAMMER® sein Sortiment um ein attraktives Produkt in der jungen Snack-Kategorie erweitert – LEERDAMMER® Snack. Die leckeren Käsewürfel für den Genuss zwischendurch eignen sich perfekt zum Mitnehmen und zum Teilen, denn durch den praktischen wiederverschließbaren Deckel lassen sie sich sicher transportieren und behalten auch nach dem ersten Öffnen ihr unverwechselbares Aroma.

Nach zahlreichen Aktionen in 2015 erreicht die LEERDAMMER® Snack Kommunikations-Offensive ab KW 41 ihr Finale: Durch auffällige Wobbler an allen Snack-Bechern direkt im Handel werden zusätzliche Kaufimpulse generiert. Pfiffige und zugleich lustig-charmante Sprüche inspirieren auf den Bechern sowie auf Edgar Cards in Bars, Cafés und Clubs die Verbraucher, gemeinsam zu genießen, und sorgen so für zusätzliche Aufmerksamkeit bei der jungen Zielgruppe. Parallel erzielt die limitierte Edition Sammelleidenschaft und so Wiederholungskäufe.

Für einen hohen Mediadruck sorgte zu Beginn des Jahres ein nationaler TV-Spot auf reichweitenstarken Sendern sowie zahlreichen News-, E-Mail- und Lifestyle-Portalen und YouTube. Zusätzlich inszenierte LEERDAMMER® auch über das Internet eine „Word-of-Mouth“-Kampagne und sorgte so für Gesprächsstoff. Die Herausforderung war hier: „Gönn dir fünf Minuten Genuss pur – ohne vom gelben Sofa aufzustehen!“, wobei LEERDAMMER® Snack als Genusskomponente im Mittelpunkt des Geschehens stand. Die virale Kommunikation über die Online-Kanäle Facebook und YouTube war mit über einer Million Views sehr erfolgreich.



Darüber hinaus zeigt eine Aktivierung in der UCI Kinowelt: Auch ein Kinobesuch bietet einen idealen Snack-Anlass für einen Genussmoment mit LEERDAMMER®. Unterstützende Produktwerbung über Monitore sorgte für zahlreiche Kaufimpulse direkt an der UCI Snack-Theke.

Zum zweiten Halbjahr folgte die große Offensive am POS: Um Probierkäufe zu generieren und die Aufmerksamkeit zu steigern, startete in der KW 24 eine nationale „Gratis-testen“-Aktion am POS. Über Wobbler, direkt auf den Snack-Bechern, wurde den Verbrauchern die Möglichkeit gegeben, das Produkt zu testen und den kompletten Einkaufspreis zurückzuerhalten. Parallel dazu erzielte eine TV-Unterstützung maximale Wahrnehmung beim Verbraucher.

In den Sommermonaten Juli bis September lief zudem die Aktion „Snack Smart“. Hier war der Name Programm: Von Mittwoch bis Sonntag wurden in den frühen sommerlichen Abendstunden mit LEERDAMMER® gebrandete Smarts Käsewürfel an Deutschlands beliebtesten Outdoor-Snack-Plätzen an gesellige Runden verteilt. Durch die Präsenz vor Ort bei typischen Snack-Anlässen konnte der Verzehrmoment vermittelt werden, um sich in der jungen Kategorie zu etablieren. So verschenkte LEERDAMMER® knapp 130.000 Genussmomente der besonderen Art und zeigte dem Verbraucher direkt – fernab des Supermarktes –, wo das Produkt überall gesnackt werden kann. Damit ist der Marktführer nicht nur sprichwörtlich in aller Munde.

Das ist ein impulsstarkes Jahr mit LEERDAMMER® Snack!



## Steckbrief: LEERDAMMER® Snack

Vertrieb	Bel Deutschland GmbH, Werner-von-Siemens-Ring 12, 85630 Grasbrunn
Produkte	<b>LEERDAMMER® Snack, Würfel im 110-g-Snackbecher</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Original (45 % Fett i. Tr.)</li> <li>• Caractère (48 % Fett i. Tr.)</li> </ul>
Im Handel	Seit Juli 2014
UVP	1,99 € – 2,29 €
Key Facts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikations-Mix in 2015 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Reichweitenstarke TV-Kampagne</li> <li>○ Online- und Social-Media-Kampagnen inkl. Viral-Videos</li> <li>○ Aktivierung in der UCI Kinowelt</li> <li>○ Impulsstarke Werbemittel am POS, u. a. Gratis-testen-Aktion und Produkt-Wobbler mit humorvollen Snack-Sprüchen</li> <li>○ Outdoor-Verbraucheraktivierung „Snack Smart“</li> </ul> </li> </ul>

## 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 (91 %)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.

¹ Quelle: Millward Brown Awareness Tracking, Jahr 2014.

² Quelle: AC Nielsen, LEH & DM, Hart- und Schnittkäse, Selbstbedienung, Umsatz, YTD Nov 2014.



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

**Pressekontakt:**

Bel Deutschland GmbH  
Iris Radière  
Communication Manager  
Werner-von-Siemens-Ring 12  
85630 Grasbrunn  
E-Mail: [iradiere@group-bel.com](mailto:iradiere@group-bel.com)  
Tel.: 089 66696-240  
[www.bel-group.com](http://www.bel-group.com)

The Food Professionals Köhnen AG  
Melanie Clausen  
Kohlentreiberweg 4  
45549 Sprockhövel  
E-Mail: [pressedienst@food-professionals.de](mailto:pressedienst@food-professionals.de)  
Tel.: 02339 9185-355  
Fax: 02339 9185-300