



PRESSEMITTEILUNG

Snack to School mit Kiri® DIPPI und Babybel®

Kombi-Promotion zum Schulstart mit den beliebten Kinder-Käse-Snacks

Grasbrunn, 17. Juli 2018 – Kiri® DIPPI und Babybel® sind die beiden Topmarken für den Schulstart. Kiri® DIPPI garantiert als cremiger Snack zum Dippen und Knuspern genauso viel Freude wie Babybel®, der in sich jede Menge Spaß und alles Gute aus der Milch vereint. Im Aktionszeitraum von KW 33 bis 38 können kleine Snackfans bei der Kombi-Promotion von Kiri® und Babybel® unter dem Motto „Packt uns Spaß ein“ Merlin Premium Familien Jahreskarten sowie Brotboxen für den perfekten Schulstart gewinnen. Am POS laden aufmerksamkeitsstarke Displays im attraktiven Schulstart-Look zum Zugreifen ein. Eine massive mediale Unterstützung beschert dem Handel eine ausgelassene Schul-Spaß-Stimmung und starke Umsätze.

Mit dem Ende der Sommerferien beginnt für Mütter und Väter wieder die tägliche Herausforderung am frühen Morgen: eine ausgewogene, aber auch spaßbringende Pausenverpflegung einzupacken. Da kommt die Schulstart-Promotion „Packt uns Spaß ein!“ der Topmarken Kiri® DIPPI und Babybel® genau richtig. Kiri® DIPPI und Babybel® machen sich perfekt in jeder Brotbox – sie sind ein spielerischer Snack, der bei Kindern sehr beliebt ist und der gleichzeitig der steigenden Nachfrage nach Kinder-Käse-Snacks¹ gerecht wird. Vom KW 33 bis 38 läuft das große „Packt uns Spaß ein!“-Verbrauchergewinnspiel mit tollen Gewinnen für die Pause und unterwegs. Verlost werden 30 Merlin Premium Familien Jahreskarten sowie 3.000 Brotboxen.

Die Kombi-Promotion der erfolgreichen Kinder-Käse-Snacks Kiri® DIPPI und Babybel® sorgt mit dem Schulstart für ein Umsatzplus im Handel. Im Aktionszeitraum wird der Handel durch aufmerksamkeitsstarke POS-Displays im attraktiven Schulstart-Look für absatzfördernde Zweitplatzierungen unterstützt. Begleitet wird die Promotion durch eine massive Media-Unterstützung: 687 Mio. Media-Kontakte werden im Duett generiert.

An der Promotion beteiligt sind die Produkte Mini Babybel® Original, Babybel® Käseschnecken, Babybel® Cheese&Crackers, sowie Kiri® DIPPI. Das Gewinnspiel wird auf allen Kiri® DIPPI und Mini Babybel® Packungen kommuniziert.

¹ Quelle: The Nielsen Company: 2014 vs. 2015 – Absatz LEH+DM, Kinder-Käse-Snack vs. Süßer Snack



Sharing smiles



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®, Kirr®, 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.

Weitere Informationen unter www.bel-deutschland.de, www.babybel.de und www.kiri-spess.de.