

## Jetzt heißt es bei jedem Anlass: Klein, aber Pulmoll!

Herbolzheim, im Januar 2018. Nach einem erfolgreichen Jahr 2017 und einer gelungenen Ausrichtungsaktualisierung verfolgt Pulmoll weiterhin die Strategie der Marken-Verjüngung und der deutlichen Positionierung. Der Auftritt wird noch jünger, persönlicher und aufmerksamkeitsstärker. 2018 stellt Pulmoll dazu in einer Neupositionierung die vielen Verwendungsanlässe der bekannten Pastillen in den Mittelpunkt seiner Aktivitäten. Denn Fangesang beim Sport, die gemeinsame Chorprobe, das plötzliche Halskratzen beim Warten im Bahnsteigwind „... braucht Pulmoll“. Zeitlich limitierte Lieblingspastillen mit Kultcharakter und schönen Schriftzügen wie „Küss mich“ oder einfach „Vielen Dank“ runden das Angebot ab, das 2018 die Fußball-WM in Russland mit schwarzen, roten und gelben Dosen zelebriert. Der Auftakt zur Neu-Positionierung findet auf der ISM 2018 statt (Halle 10.2 Stand F030).

### 2017 war ein stabiles Jahr mit ausgeprägter Produktakzeptanz vom Handel

Für die Nummer eins im Dosenbonbonmarkt kennzeichnen stabile Marktanteile das vergangene Geschäftsjahr. „Unsere äußerst erfolgreichen Juniardosen mit den vier Minions-Motiven wurden vom Handel und den Konsumenten sehr gut angenommen. Und die Innovation Pulmoll Duo-Gummipastillen mit drei verschiedenen Sorten, darunter einer veganen, ist geradewegs eingeschlagen. Wir haben bereits sehr viele Display-Aktionen umgesetzt. Unser Klassiker, die Sorte Original in der roten Dose, ist nach wie vor sehr beliebt und bleibt auch unser Zugpferd“, sagt Fritz Haasen, Geschäftsführer der Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG. Die Marke präsentiert sich auch besonders stark in der Apotheke. Das Umsatzwachstum liegt dort bei 6,8 Prozent.

### Starkes Neuprodukt: Pulmoll Pastillen Forte

Seit Ende 2017 bietet Pulmoll mit den neuen Pulmoll Pastillen Forte eine zusätzliche gelungene Sortimentserweiterung. Die Neuheit basiert auf der Rezeptur des Originals, ist aber besonders intensiv im Geschmack. Mit Menthol, Honig und einem besonders hohen Anteil an Extrakt der Süßholzwurzel ist das Aroma der Pastillen sehr würzig. Der aromatische Geschmack wird durch die wertvolle Sole aus der Sylt Quelle abgerundet und sorgt für einen wohltuenden Genuss. Im Handel sind die markant schwarzen 75-g-Dosen für einen UVP zwischen 1,19 € und 1,49 € erhältlich. „Die Pulmoll Pastillen Forte sind eine konsequente Erweiterung unseres Sortiments. Aktuell mein Favorit“, so Haasen.



## Deutliche Exporterfolge dank deutscher Qualität in 2017

Mit deutscher Qualität und schnellen Markteinführungen setzte sich der Klassiker Pulmoll 2017 auch erfolgreich im Exportgeschäft durch. „Gerade in Übersee hat sich die deutsche Qualität – kombiniert mit der Schnelligkeit, mit der wir neue Produkte lancieren –, hervorragend durchgesetzt“, sagt Fritz Haasen. Erfolgreich wurden 2017 neue Märkte in der Schweiz, in Belgien, Luxemburg, Singapur und auf den Philippinen erschlossen. Das Unternehmen ist damit aktuell in 40 Ländern aktiv und setzt zukünftig auf eine Stärkung der bisherigen Aktivitäten sowie den weiteren Ausbau des Exportgeschäfts.

## 2018 steht im Fokus der Neu-Positionierung

Pulmoll startet 2018 mit einer neuen Positionierung. Das in diesem Rahmen entstandene Kommunikationskonzept zielt darauf ab, sämtliche Situationen abzubilden, in denen Pulmoll sich anbietet bzw. dem Verwender einen Nutzen bringt. Das ist beispielsweise beim Fangesang, bei der Chorprobe oder im Business-Talk der Fall, aber auch bei Bahnsteigwind, wenn der Hals kratzt usw. Pulmoll Pastillen werden einfach immer benötigt. Die Kernaussage dazu lautet „... braucht Pulmoll – Klein, aber Pulmoll!“ und wird durch die jeweilige Situation ergänzt. Der Auftritt ist plakativ und aufmerksamkeitsstark. Durch die Kommunikation erweitert Pulmoll die Verwendungsanlässe sowie die Zielgruppen. Zielsetzung ist eine Umsatzsteigerung und eine starke Präsenz im Handel.

## Ein Jahr voller Handelsaktionen für Pulmoll

Im ersten und zweiten Tertial unterstützen regionale Sponsorings und Handelsaktivitäten die Kommunikation. Zum Jahresstart kommen somit Pulmoll Lieblingspastillen mit „Geschenk- und Sammelcharakter“ in den vier verschiedenen Motiven „Alles Gute“, „Für Dich“, „Küss mich“ und „Vielen Dank“ für einen begrenzten Zeitraum (Januar bis März) in den Handel. Erhältlich sind die 75-g-Dosen für einen UVP zwischen 1,19 € und 1,49 €. Ziele der kultigen Aktion sind die Rotationssteigerung und das Erreichen von Neuverwendern.



Danach wird das Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft auch den Auftritt von Pulmoll prägen. In einem WM-Display präsentiert Pulmoll die schwarze Forte Dose, die rote Original Dose und die gelbe Zitrone Dose. Der Anblick lässt die Herzen von Fußball-Fans höherschlagen und der Genuss der kleinen Pastillen hält beim Spiel bei Stimme. Social Media und ein einzigartiges Gewinnspiel verstärken den Auftritt und bieten Pulmoll die Möglichkeit, auch nach dem Kauf weiter mit dem

Konsumenten zu kommunizieren. Die Dosen werden für einen UVP zwischen 1,19 € und 1,49 € angeboten.

Die neue Positionierung von Pulmoll wird sich besonders stark im weiteren Jahresverlauf zeigen, wenn das Wetter eine Rolle im Auftritt der beliebten Pastillen spielt. So ist im dritten Tertial eine große nationale Media-Kampagne geplant, welche ebenfalls über das Internet und Out-of-Home-Kommunikation verlängert wird. „Wir gehen Ende 2018 in unserer Kommunikation besonders intensiv auf die verschiedensten Verwendungsanlässe von Pulmoll ein, denn „Klein, aber Pulmoll!“ passt in fast allen Situationen. Probieren Sie es aus!“, so Haasen.

#### Über Pulmoll

Pulmoll ist seit über 60 Jahren eine altbewährte Halspastille. Pulmoll gehört seitdem zu den bekanntesten Markenartikeln im deutschen Markt. Erfunden wurde die Pulmoll-Pastille 1946 von dem Französischen Apotheker Jacques Lafarge vor den Toren von Paris. Der Name Pulmoll leitet sich von dem lateinischen Wort „pulmonis“ ab, das „Lungen“ bedeutet. Die kleinen Pastillen wurden ein so großer Erfolg in Frankreich, dass weitere Geschmacksrichtungen eingeführt wurden. Zehn Jahre später produzierten die „Laboratoires Lafarge“ bereits über 10 Millionen Dosen pro Jahr. Der einzigartige Geschmack des Pulmoll-Originals basiert auf der Süßholzwurzel in Verbindung mit Menthol und Honig. 1956 wurden die Pulmoll-Pastillen das erste Mal in Deutschland als frei verkäufliches Gesundheitsprodukt eingeführt. Seitdem ist die Pulmoll-Pastille in ihrer Rezeptur nahezu unverändert geblieben und bietet somit nach wie vor den unverwechselbaren und einzigartigen Geschmack. In Deutschland entwickelten sich die wohltuenden und gut schmeckenden kleinen Pastillen in der auffälligen Packung zu einer der erfolgreichsten Dosenbonbonmarken. Anfang der 80er-Jahre wurden acht zusätzliche Kräuter- und Früchte-Varianten von Pulmoll eingeführt. Seit 2012 sind die zuckerfreien Pulmoll-Pastillen mit Stevia\*\* gesüßt und die Fruchtsorten enthalten Fruchtsaftkonzentrat, wodurch sie noch fruchtiger schmecken.

\*\*Mit Steviolglycosiden aus der Steviapflanze

+++ Pressekontakt | 4PR Consulting GmbH | Frau Katharina Hoffmann | Telefon 02132 969000 | Telefax 02132 9681247 | Katharina.Hoffmann@4prconsulting.de |  
www.4prconsulting.de +++

**Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG**

Holzmattestraße 22 – D-79336 Herbolzheim  
Tel.: +49 (0)7643 / 801-0 - Fax: +49 (0)7643 / 801-20

Mail: [info@ksw24.com](mailto:info@ksw24.com)  
[www.ksw24.com](http://www.ksw24.com)

