

Kalfany Süße Werbung erobert mit vielfältigem Fruchtgenuss neue Märkte (Halle 10.2, Stand F030)

Herbolzheim, im Januar 2015. Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG steckt 2015 voller Innovationen: So bringt Pulmoll das Trendprodukt Granatapfel-Aronia und eine Mango-Minze-Sommeredition, Cupper Sport die Fruchtgummi-Maskottchen und Kalfany extra saure Fruchtbonbons in Mickey-Design-Dosen auf den Markt.

Dem milden Winter 2013/2014 setzte Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG geschmackvolle Neuheiten entgegen. Als der Hustenbonbonmarkt insgesamt witterungsbedingt schwächelte, zeigten sich die Spezialisten für hochwertige, spezifische Süß- und Zuckerwaren flexibel und innovativ und konnten sich so besser positionieren als der Markt. Gegen den Trend gab es im vergangenen Jahr in den Drogeriemärkten sogar einen Umsatzzuwachs von zwei Prozent. Mit dem schnellen Distributionsaufbau und der Plus-20-Prozent-Aktion im Herbst avancierte Pulmoll Mixed Berry zu einem Topartikel.

Kalfany ließ 2014 die Muppets in einer Sonderedition tanzen und verbuchte mit der Lizenz für die Design-Dosen mit Kermit & Co. deutliche Verkaufserfolge. 2014 hat für Kalfany Süße Werbung der Export die gewünschten Zielmärkte erreicht und deren Interesse gefestigt: Osteuropa, die USA und Russland standen dabei im Fokus. Für 2015 sollen die weltweiten Aktivitäten von Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG noch weiter gesteigert werden. Bislang ist das Unternehmen in 60 Ländern tätig – das Portfolio soll auf 65 ausgebaut werden. Starke Märkte sehen die Experten für 2015 in den Niederlanden, Frankreich, Korea, Russland und Taiwan. Osteuropa und Asien sind fest im Blick der Export-Strategen, da die Verbraucher dort die Dosen besonders lieben. In Frankreich sorgten Neueinführungen von Pulmoll sowie der Verkauf in Apotheken im vergangenen Jahr für Erfolge.

Im In- und Ausland setzt das Unternehmen auf nachhaltiges Wachstum und seine soziale Verantwortung: „Wir verarbeiten natürliche Rohstoffe, produzieren energieschonend und binden unsere Mitarbeiter aktiv in die Prozesse zur Umweltschonung und Nachhaltigkeit ein“, sagt Fritz Haasen, Geschäftsführer Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG.

2015 möchte der Spezialist über Innovationen den Handel und die Verbraucher überzeugen, neue und auch jüngere Märkte erobern und Stammverwender an sich binden. Ein großes Maßnahmenpaket ist dafür eingeplant:

Freche Lutschtypen weiter auf Erfolgskurs

Kleiner Test, große Wirkung: Der große Erfolg der Pulmoll-Kampagne „Welcher Lutschtyp bist Du?“ wird 2015 online fortgesetzt. Über 18.600 Menschen haben bereits an dem Online-Test teilgenommen. Die Gruppe der Gaumenlutscher liegt mit 64 Prozent vor den Backenlutschern (18 Prozent), Lutschbeißern (11 Prozent) und Zungenlutschern (7 Prozent). Das neue Gesicht für die Online-Kampagne ist gefunden und seit dem Sommer im Einsatz. Beworben hatten sich viele Fans via Facebook als Model für den neuen Auftritt. „Das Lutsch-Erlebnis lässt keinen kalt und animiert einfach spontan zum Mitmachen“, sagt Geschäftsführer Fritz Haasen. Im ersten Halbjahr führte die Kampagne im Airingzeitraum sogar zu einem klaren Umsatzanstieg trotz des rückläufigen Markts – konnte aber die Verluste über die gesamte Strecke nicht komplett kompensieren.

Neue Trend-Dosen 2015 unterstützen den Weg zu mehr Wachstum:



Neue Pulmoll-Sommeredition: Pulmoll Mango-Minze

Diesmal steckt die Neuheit im Big Pack und kommt superfruchtig, zuckerfrei und erfrischend daher: Pulmoll Mango-Minze ist das perfekte Bonbon für heiße Sommertage. Die Kombination aus süßer Mango und belebender Minze sorgt für Sommerfeeling und das perfekte Lutsch-Erlebnis. Die Halsbonbons sind zuckerfrei, mit Steviolglycosiden aus Stevia gesüßt, zahnfreundlich* und enthalten Vitamin C. Die Sommeredition wird ab April im 90-g-Beutel angeboten, enthält einzeln verpackte Bonbons und ist für einen UVP von 1,59 € erhältlich.

Granatapfel-Aronia: neuer Vitaminschub für den Markt

Besonders wertvolle Früchte gehen in der neuen Pulmoll-Mischung Granatapfel mit Aronia eine fruchtige Verbindung ein. Die neue Sorte überzeugt mit dem fruchtigen Geschmack der Trendfrucht Granatapfel und der Powerbeere Aronia. Der Granatapfel und die Aronia-Beere sind dafür bekannt, dass sie viele gesunde Vitamine, Mineralstoffe und Flavonoide enthalten. Die wohlschmeckende Menthol-Note macht die Innovation zu einer



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
www.ksw24.com

Pulmoll

kalfany

Süße Werbung
Qualität • Wirkung

Wohltat für Hals und Rachen. Die Halsbonbons sind zuckerfrei, mit Steviolglycosiden aus Stevia gesüßt, zahnfreundlich* und enthalten Vitamin C. Das enthaltene Fruchtsaftkonzentrat verleiht den Bonbons den einzigartig fruchtigen Geschmack. Diese perfekte Mischung ist ab März in der 50-g-Dose für einen UVP zwischen 1,15 € und 1,49 € erhältlich.



Pulmoll steckt alle Topseller in neue Big Packs

Das Pulmoll-Beutel-Sortiment besteht jetzt aus fünf starken Sorten – aufgeteilt in die zuckerhaltigen, wohltuenden Hustenbonbons Classic und Salbei, die im 125-g-Beutel mit XL-Pastillen angeboten werden, und die zuckerfreien, erfrischenden und befreienden Hals- und Hustenbonbons in den Sorten Extra Stark, Zitrone und Mixed Berry, die in 90-g-Beuteln erhältlich sind. „Unsere Topseller aus der Dose sind jetzt alle auch in die Big Packs gewandert“, sagt Geschäftsführer Fritz Haasen. Die Big Packs bekommen ab Mai 2015 auch einen moderneren und jungen Look und zeigen auf den ersten Blick, was in ihnen steckt. Die neuen Beutel werden über ein neues Display prominent vermarktet. Sie sind für einen UVP ab 1,59 – 1,79 € erhältlich.

„Hey!“, „Yippee!“ und „Kiss!“ heißt es auf den neuen Design-Dosen mit Disney-Aktionslizenz

2015 setzt Kalfany neue Design-Dosen in Szene. Mit der Disney Aktionslizenz kreiert der Spezialist drei attraktive Dosen mit den beliebtesten Disney-Charakteren**: Micky Maus***, Minnie Maus und Donald Duck zum Sammeln und Aufbewahren. Die Kultobjekte zeichnen sich durch einen brandaktuellen Zeichenstil aus – und richten sich damit speziell an eine Zielgruppe von 6+.



© Disney

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
www.ksw24.com



Die Design-Dosen erfreuen aber nicht nur das Auge, sondern auch den Gaumen: Sie sind prall gefüllt mit extra sauren Fruchtbrausebonbons in der Geschmacksrichtung Himbeer-Apfel, die den Geschmack der Kids perfekt treffen. Die neuen Design-Dosen enthalten je 50 g Brausebonbons und sind ab Januar jeweils für einen UVP von 1,49 € erhältlich. Mittels aufmerksamkeitsstarker Zweitplatzierungen der neuen Design-Dosen wecken Micky Maus, Minnie Maus und Donald Duck Begehrlichkeit und Impulskäufe.

Jubelstimmung bei Cupper Sports mit Fan-Bonbons und Fruchtgummi-Maskottchen

Fußballfans können ihren Lieblingsclub jetzt noch geschmackvoller anfeuern, denn die 60-g-Cupper-Sport-Vereins-Dosen gefüllt mit leckeren Bonbons sind nun für 19 verschiedene Vereine erhältlich. Mit von der deutschen Bonbon-Partie sind beispielsweise Bayern München, der BVB, Schalke 04, der HSV, Eintracht Frankfurt, Borussia Mönchengladbach und der 1. FC Köln. Im Export werden aktuell drei türkische Vereinsdosen für Besiktas, Fenerbahce und Galatasaray ins Sortiment genommen. Die geprägten Fan-Dosen sind als Sammelobjekte sehr beliebt. Sie sind zu einem UVP von 2,50 € erhältlich.



Mit Beginn der Rückrunde der Bundesliga im Januar 2015 werden die Dosen um neue Fruchtgummi-Maskottchen im 125-g-Beutel ergänzt. Die zweifarbigen Fruchtgummis sind in vier Geschmacksrichtungen erhältlich und zeigen die Maskottchen des Lieblingsvereins. Die Fruchtgummi-Maskottchen können für einen UVP von 1,59 € vernascht werden.



Kalfany Classic Travel Sweets 2015 jetzt mit tropischer Note

Eine neue Sorte erweitert das Sortiment der Kalfany Classic Travel Sweets: „Tropic“ setzt auf einen Mix aus natürlichen Aromen von Mango, Passionsfrucht und Ananas, die perfekt abgestimmt mit Fruchtsaftkonzentrat aus Orange, Zitrone und Limette ein exotisches Erlebnis garantieren. Die Kalfany Tropic-Sorte besticht durch ihre natürlichen Aromen, kommt ohne Farbstoffe aus und begeistert durch den tropischen, fruchtigen, frischen Geschmack. Die Fruchtbonbons sind ab sofort in der 150-g-Travel-Sweets-Dose für einen UVP von 1,25 € erhältlich.

Relaunch Kalfany Kräuter

Die beliebte Sorte Kalfany Kräuter enthält eine optimierte Rezeptur mit Kräuterextrakten aus Salbei, Spitzwegerich und Thymian sowie natürliches Minze- und Menthol-Aroma. Der geschätzte Klassiker ist für viele Kalfany Classic-Fans ein Favorit.

Echt Sylter Brisen-Klömbjes und Pulmoll erfrischen die Apothekenlandschaft

Bonbonfans kommen jetzt in Apotheken noch mehr auf den Geschmack: Denn dort stehen die Echt Sylter Brisen-Klömbjes und Pulmoll in großer Vielfalt im Regal. Für beide Marken wurde der Ausbau des Distributionswegs Apotheke gemeinsam mit Sanotact – dem Experten im Apothekenvertrieb für frei verkäufliche Produkte – vorangetrieben. Jetzt sind Echt Sylter Brisen-Klömbjes in Geschmacksrichtungen wie Waldmeister-Vanille, Rote Grütze und Erdbeer-Rhabarber neben den klassischen Hustenvarianten mit der Sylter Kräutermischung und der Sylter Sole bundesweit in Apotheken vertreten. Die Bonbons sind ab einem UVP von 2,49 € erhältlich.



*Pulmoll Bonbons zuckerfrei enthalten ISOMALT anstelle von Zucker und tragen so zur Erhaltung der Zahnmineralisierung bei.

**Micky, Minnie und Donald gehören zu den beliebtesten Kinderlizenzen. Quelle: Kids License Monitor – Online Study in France, Germany and the UK 2014/III.

***95 % der 4- bis 12-Jährigen kennen Micky. Quelle: Kids License Monitor – Online Study in France, Germany and the UK 2014/I.

Über Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG

Die Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG ist heute einer der größten Dosenbonbonhersteller für Europa, Asien und den Nahen Osten. Basis ihres internationalen Erfolges bildet neben hohen Qualitätsstandards und ausgesuchten Rezepturen auch das unverwechselbare Dosendesign. Das Unternehmen gilt zudem als besonders aktiver und innovativer Hersteller, der sowohl auf Produktseite mit z. B. zuckerfreien Bonbons (seit 2012 mit Stevia * gesüßt) sowie einzigartigen Marken wie Pulmoll als auch auf technologischer Seite bereits weltweites Renommee erlangen konnte.

+++ 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
www.ksw24.com

