

Verjüngt mit frischer Stimme

KALFANY SÜSSE WERBUNG

>> Pulmoll feierte 2016 seinen 60. Geburtstag, 2017 stehen nachhaltiges Wachstum, der Ausbau des Lizenzgeschäfts und neue Produktkategorien für Pulmoll auf der Agenda. Geplant ist ein großer Marken-Relaunch, mit dem sich der Bonbon-Klassiker in der Wahrnehmung neu positioniert, modernisiert und verjüngt: weg vom reinen Hustenbonbon hin zur beliebten Pastille, die neben Wohlbefinden für Hals und Stimme auch zahlreiche andere Einsatzmöglichkeiten verspricht.

Dazu passend läuft die Kommunikation frisch und jung über alle Kanäle: So sind Kampagnen zum Thema „Gib

uns Deine Stimme“ im Bereich Außenwerbung, Internet, Radio und TV geplant. Zum Jahresauftakt starten außerdem Aktionen im Handel. Um dort für noch mehr Sichtbarkeit zu sorgen, liegt der Fokus hier auf Zweitplatzierungen.

Ein weiteres Highlight sind die neuen Pulmoll Duo-Gummipastillen, die auch jüngeren Zielgruppen schmecken sollen. Die weichen Gummipastillen sind zum Kauen und kombinieren Fruchtgeschmack und Frische. So schmeckt die eine Seite der Pastille intensiv nach Frucht, die andere lang anhaltend nach Menthol, Minze oder Melisse.



Frisch und fruchtig: die neuen Duo-Pastillen.



„Das intensiv getestete und höchstbenotete Konzept wird als echte Innovation wahrgenommen. Somit ist der erste Schritt zur Eröffnung neuer Kategorien geschafft. Wir sind uns sicher:

Pulmoll Duo-Gummipastillen werden ein Produkt mit hoher Rotation werden“, sagt Fritz Haasen, Geschäftsführer Kalfany Süße Werbung. Das Duett aus Frucht und Frische kommt ab Mai in drei Varianten in den Handel: Beerenmix & Menthol, Zitrone & Melisse und Mango & Minze. Sie wurden für Veganer entwickelt.

>> www.kalfany-suesse-werbung.de
>> www.pulmoll.de