



PRESSEINFORMATION

Fisherman's Friend sorgt mit neuen fruchtigen Sorten und viel Freshness für ganzjährige Präsenz

(Bonn, April 2017). Freshness mit Fisherman's Friend: Die Kultmarke sorgt in diesem Jahr mit starken Partnern, fruchtigen Aktionssorten und massiven Samplingaktionen für eine absolute Geschmacksoffensive. Gemeinsam mit dem Audiohersteller Teufel bringt die Kultmarke zusätzlich freshen Sound an den POS. Die Neuheit „Raspberry“ und die Limited Edition „Grapefruit“ sorgen für Geschmacksexplosionen auf der Zunge. Mit Samplingtouren, neuen Werbepartnern und starken Promotions sowie TV- und Online-Kampagnen mit über 400 Millionen Bruttokontakten ist die ganzjährige Präsenz der Marke Fisherman's Friend garantiert.

Verstärkung der Sortenvielfalt

Pünktlich zum Frühling ergänzt Fisherman's Friend seine Sortenvielfalt zunächst mit einer „hmmmmbeurig“ frischen Frühlingsorte, welche bereits als Aktionssorte 2016 große Erfolge im Handel und bei den Konsumenten gefeiert hat. Raspberry gehört ab April fest in das Fisherman's Friend Sortiment. Ab Mai bringt eine weitere trendige Geschmacksrichtung den Sommer auf die Zunge: die erfrischende Mentholpastille präsentiert sich im Grapefruit-Look. Beide Sorten sind im LEH sowie im Convenience Bereich erhältlich. Für Fans der fruchtigen und minzigen Kultpastillen sind die beiden Neuzugänge die perfekte Ergänzung des breit gefächerten Fisherman's Friend Sortiments. Dabei sorgen „Raspberry“ und „Grapefruit“ nicht nur für Frühlingsgefühle am Gaumen, sie sind auch echte Eyecatcher: Im traditionellen Streifen-Look kombiniert mit knalligen Pinktönen bringen die Packungen garantiert Farbe in den Alltag!

Reichweitenstarke Kommunikationsmaßnahmen

Der Kick-Off der Frühlingsorten wird mit einer umfangreichen Kommunikationskampagne unterstützt – so bringt Fisherman's Friend die Freshness direkt auf den Bildschirm! Die erfrischenden Botschaften erreichen über TV und Social Media Plattformen über 400 Millionen Bruttokontakte.

Hol dir den Frische-Kick beim Beachvolleyball!

Wer auf höchstem Niveau baggert, sollte sich eine ordentliche Erfrischung gönnen. Mit über 350.000 Zuschauern und einer Live Übertragung bietet die Smart Beach Tour die optimale Plattform für die Kult-Marke Fisherman's Friend. Bei fünf Tourstopps können sich

Kontakt:

CFP Brands Süßwaren GmbH & Co.
KG
Kortrijker Str. 1
53177 Bonn

www.fishermansfriend.de

Pressekontakt:

P.U.N.K.T. Gesellschaft für Public
Relations mbH
Benjamin Kolthoff,
Völckersstraße 44
D-22765 Hamburg,
Telefon: +49 40 8537600,
E-Mail: bkolthoff@punkt-pr.de



Fans von dem Frische-Kick überzeugen: Denn mit über 1 Millionen Samplings geht keiner leer aus! Neugierig geworden? Dann besuche die Kultmarke in der 120m² großen Erlebniswelt und gönn dir eine erfrischende Auszeit! Eine Fotoaktion, ein Gewinnspiel mit coolen Direktpreisen und eine Chill-Out Area mit Live-DJ laden die Fans der Mentholpastillen zum Verweilen ein. Die Tour geht von Mai bis September.

Erfrischende Botschaften im Alltag

Den Frische-Effekt von Fisherman's Friend sollte jeder selbst erleben – und das zu jeder Zeit in seinem Alltag. Erstmals sendet Fisherman's Friend in diesem Jahr Markenbotschafter, die Fisherman's Friend Fresh Force, durch ganz Deutschland, die den Kult und das Lebensgefühl der Marke verbreiten werden. Dadurch wird die Freshness überall dort verbreitet, wo sie gerade benötigt wird – und trägt zum Ausbau des Markenimages bei.

Jetzt kommen freshe Beats auf die Ohren

Mit der nationalen Kampagne „Freshbeats“ bringt Fisherman's Friend gemeinsam mit dem Audiohersteller Teufel, einer der begehrtesten Audiomarken in Deutschland, freshen Sound an den POS. Für Fans gibt es natürlich ein besonderes Highlight: Beim Gewinnspiel werden hochwertige Audioboxen, Lautsprecher, Kopfhörer und Rabattgutscheine von Teufel sowie Snowboards von Fisherman's Friend verlost. Die Promotion wird über die Social Media Plattformen von Fisherman's Friend und Teufel sowie am POS direkt an die Zielgruppe kommuniziert.

Mentale Freshness mit UNICUM

Im Studienalltag ist es wichtig einen kühlen Kopf zu bewahren. Und deswegen heißt es in diesem Jahr: Freshness goes Campus! Gemeinsam mit dem Studentennetzwerk UNICUM spricht Fisherman's Friend direkt die Bedürfnisse der Studierenden an. Die Mentholpastillen sorgen für einen echten Frische-Kick zwischen und während der Lerneinheiten – ob während der Vorlesung, in der Mensa oder der freien Zeit dazwischen: Das vielfältige Sortiment von Fisherman's Friend erfrischt Geschmacksnerven und Gehirnzellen zugleich.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

Das ist Fisherman's Friend

Fisherman's Friends ist eine der bekanntesten Süßwarenmarken in Deutschland. Weltweit wird das Produkt in mehr als 100 Länder exportiert. Dabei ist Deutschland der größte Absatzmarkt für die Marke Fisherman's Friend, die auch die größte importierte britische Einzelmarke im Lebensmittelbereich ist.

Kontakt:

CFP Brands Süßwaren GmbH & Co.
KG
Kottrijker Str. 1
53177 Bonn

www.fishermansfriend.de

Pressekontakt:

P.U.N.K.T. Gesellschaft für Public
Relations mbH
Benjamin Kolthoff,
Völckersstraße 44
D-22765 Hamburg,
Telefon: +49 40 8537600,
E-Mail: bkolthoff@punkt-pr.de



Über CFP Brands

Die CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co KG ist ein Joint Venture der internationalen Süßwarenkonzerne Perfetti van Melle (Italien/ Niederlande) und Fisherman's Friend (Großbritannien). Als Marketing- und Vertriebsgesellschaft vertreibt CFP einige Top-Marken der Süßwaren-Branche auf dem deutschen Markt, dazu zählen Fisherman's Friend, Mentos, Chupa Chups, Smint und Center Shock. CFP mit Sitz in Bonn beschäftigt mehr als 100 Mitarbeiter.