



PRESSEINFORMATION

Neue Kampagne aus dem Hause Fisherman's Friend

Atemerfrischer ProFresh hat Millennials im Fokus

Unter dem Motto „Boost your day“ startete im Oktober 2019 die Kampagne zum neuen Produkt ProFresh aus dem Hause Fisherman's Friend. Dabei rückt die Kultmarke das locker leichte Lebensgefühl der 90er Jahre in den Fokus. Grund dafür ist vor allem der Zielgruppenfit: ProFresh richtet sich im Besonderen an weibliche Verbraucher im Alter von 18 bis 35 Jahren – eine Generation, in der das beliebte Jahrzehnt aktuell ein Comeback feiert.¹ Dafür wurde sogar eigens ein Song kreiert sowie ein Musikvideo ganz im Stil der 90er gedreht. Die Kampagne läuft vor allem in den sozialen Netzwerken über Facebook, Instagram, TikTok sowie YouTube.

Mit Gameboys, individuellen Kleidungsstilen und vor allem einem lockeren und unkomplizierten Lifestyle sorgten die 90er bereits für so manch schöne Stunden. Dieses Lebensgefühl bringt die Kampagne zu ProFresh ins 21. Jahrhundert zurück. Hintergrund der emotionalen Zeitreise ist, dass gerade in Zeiten sozialer und gesellschaftlicher Unsicherheiten Gedanken an vergangene Jahrzehnte nostalgische Gefühle auslösen.² Getreu dem bekannten Spruch „Früher war alles besser“ setzt ProFresh genau hier an. Der komponierte Jingle mit Ohrwurmcharakter wird durch ein passendes Musikvideo ergänzt – 4:3-Format sowie flippige Darsteller inklusive, die das Lebensgefühl der 90er Jahre verkörpern.

Damit trifft ProFresh den Nerv einer ganzen Generation. Denn auch wenn es vermutlich vielen in der Generation Z und den frühen Millennials schwer fällt, sich an eine Zeit ohne Smartphones zu erinnern,

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
Völkersstr. 44
22765 Hamburg
Telefon: +49 40 8537600
E-Mail: bkolthoff@punkt-pr.de

¹ Quelle: <https://t3n.de/news/nostalgie-marketing-kauflust-1203251/>

² Quelle: <https://www.sciencedaily.com/releases/2014/07/140722111707.htm>



stehen Individualität und Leichtigkeit aktuell hoch im Kurs dieser Konsumenten.³

Weitere Informationen unter www.profresh.de/boostyourday



Bildunterschrift: Unter dem Motto „Boost your day“ startete im Oktober 2019 die neue Kampagne für das Produkt ProFresh aus dem Hause Fisherman's Friend.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

Das ist Fisherman's Friend

Fisherman's Friend 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.

Über CFP Brands

Die CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co KG ist ein Joint Venture der internationalen Süßwarenkonzerne Ricola (Schweiz), 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 Ricola, Fisherman's Friend, Mentos, Chupa Chups, Smint und Center Shock. CFP Brand mit Sitz in Bonn beschäftigt mehr als 130 Mitarbeiter.

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
Völckersstr. 44
22765 Hamburg
Telefon: +49 40 8537600
E-Mail: bkolthoff@punkt-pr.de

³ Quelle: <https://t3n.de/news/nostalgie-marketing-kauflost-1203251/>