



PRESSEINFORMATION

CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG
Kaistraße 5
40221 Düsseldorf
www.mentos.de

FANTAstische Umsatzerlöse auch in 2023 **Mentos Fanta Limited Edition knüpft mit reichweitenstarker Kampagne an den Launch-Erfolg des Vorjahres an**

Nach dem großen Produktlaunch der beiden globalen Top-Marken Mentos und Fanta im Juli 2022 geht die Bewerbung der gemeinsamen Limited Edition in die zweite Runde. Das Kaubonbon mit spritzig-frischem Fanta Orange Geschmack knüpft an den Erfolg der Sonderedition aus dem letzten Jahr an. Denn nach wie vor ist die Erfolgsmarke Mentos mit einem Marktanteil von 17 Prozent einer der führenden Anbieter im Kaubonbon-Segment.¹ Für den Ausbau der nationalen Bekanntheit wird die Kooperation im Juli und August diesen Jahres erneut von einer reichweitenstarken Media-Kampagne begleitet.

Düsseldorf, Mai 2023. Auch in diesem Jahr gibt es für alle Mentos und Fanta Fans FANTAstische Neuigkeiten: Mit einer medienwirksamen nationalen Kampagne geht die Zusammenarbeit der beiden Brands in die zweite Runde. Besonders bei der jüngeren Generation ist die Limited Edition beliebt. So sind 3 von 4 Käufern jünger als 29 Jahre und gehören der Gen Z an, die die Verkaufszahlen der Limited Edition in die Höhe treibt.² Die reichweitenstarke Marketingkampagne sowie die Bekanntheit der beiden Topmarken³ erweitern zudem den Kundenstamm. Bis zu 64 Prozent mehr Neukäufer konnte die Limited Edition im vergangenen Jahr erzielen.⁴ Generell schaffen es Lizenzpromotionen im Bonbon-Segment, bis zu 17 Prozent On-Top-Umsatz zu erwirtschaften und sind damit ein Erfolgsgarant.⁵ Eine weitere gute Nachricht für den Handel: Bei jedem zweiten Shopper landet nicht nur die Limited Edition auf dem Kassenband, sondern auch weitere Mentos Artikel wie Mentos Frucht oder Mint. Die Kombination aus Softdrink und Kau-Spaß lockt also einerseits Neukunden an, bietet aber auch treuen Mentos Fans neue, FANTAstische Kaufanreize.

Präsenz am POS und reichweitenstarke Media-Kampagne

Um sowohl Neu- als auch Bestandskunden optimal am POS abzuholen, wird die Limited Edition auch in diesem Jahr wieder aufmerksamkeitsstark durch Displays im Handel platziert. Neben der Limited Edition Mentos Fanta werden auch die Top-Sorten Mint und Frucht in den Displays zu finden sein. Der Handel hat die Wahl

¹ Quelle: IRi, Kaubonbons/-Dragees, Marktanteil (€), MAT 02/2023, LEH>200 qm (exkl. Discount)

² Quelle: GfK, Consumer Insights mentos Fanta, 03/2023

³ Quelle: Lebensmittel Zeitung, Top Marke 2022: Süßwaren

⁴ Quelle: GfK, Consumer Insights mentos Fanta, 03/2023

⁵ Quelle: IRi, Kaubonbons/-Dragees, Promo Sales (tsd/€), MAT 02/2023 vs. VJ



zwischen 48x40er Single-Rollen-Displays und 150er sowie 250er Mix Displays mit mentos 3er Packs, die Käufer zum Zugreifen und Naschen einladen.

Zusätzlich zu den In-Store-Platzierungen wird die Vermarktung im Juli/August 2023 durch eine reichweitenstarke Kampagne auf Youtube, TikTok und weiteren sozialen Medien unterstützt. Mit Influencer- und Creator-Kooperationen wird insbesondere die junge Zielgruppe in diesen Medien optimal angesprochen und eine sehr hohe Reichweite erzielt. Weiter startet eine riesige nationale Out-Of-Home Kampagne, um Mentos Fanta in ganz Deutschland sichtbar zu machen. Diese Maßnahmen sichern der Limited Edition weiterhin steigende Aufmerksamkeit und sorgen für klingelnde Kassen bei den Händlern.

Weitere Informationen unter www.mentos.de.



Bildunterschrift 1: Die Limited Edition Mentos Fanta in der ikonischen Single Rolle, vereint die Kompetenzen zweier globaler Top-Marken und sorgt für ein fruchtig-frisches Geschmackserlebnis (UVP 0,79 EUR).



Bildunterschrift 2: Die doppelte Portion Fanta-Kauspaß bringt der 2er-Pack (UVP 1,39 EUR).



Bildunterschrift 3: Für On-Top-Umsätze am Regal sorgt die Limited Edition Mentos Fanta im 3er-Pack (UVP 1,99 EUR).

mentos®



Bildunterschrift 4: Der Mentos Fanta 4er-Pack sorgt für Kauspaß Mal Vier (UVP 2,49 EUR).



Bildunterschrift 5: Für den maximalen Fanta-Kick sorgt der Mentos Fanta 5er-Pack (UVP 2,89 EUR).



Bildunterschrift 6: Bunte und erfrischende Mix Displays mit den Top-Sorten Frucht, Mint sowie der limitierten Sorte Mentos Fanta sorgen für aufmerksamkeitsstarke Platzierungen und On-Top-Umsätze im Handel.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

Über CFP Brands

Die CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co KG ist ein Joint Venture der internationalen Süßwarenkonzerne und Familienunternehmen 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 Brands mit Sitz in Düsseldorf beschäftigt mehr als 130 Mitarbeiter.

Pressekontakt:

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