



8/2022 – Der Mehrwert liegt im Nährwert: Bonduelle setzt Maßstäbe mit Premium-Hülsenfrüchten „Frisch vom Feld“

Presseinformation

Frisch verarbeitet und 100 Prozent natürliche Zutaten: Das kennzeichnet die neue innovative Premium-Range bestehend aus Kidney Bohnen, Weiße Bohnen und Borlotti Bohnen

Reutlingen, August 2022 – Gesunde Ernährung nimmt bei den deutschen Konsumentinnen und Konsumenten einen hohen Stellenwert ein, dies belegen zahlreiche Studien. Auch verzichten immer mehr auf Fleisch und suchen nach Alternativen. Gleichzeitig wächst die Nachfrage nach natürlichen Produkten. Zudem sind bei der Kaufentscheidung Angaben zu Herkunft, Zutaten und Nährwerten relevant. Dafür bietet Bonduelle jetzt die ideale Lösung an: Die neue Bohnenrange „Frisch vom Feld“ trägt mit einem Top-Nährwertprofil zu einer ausgewogenen und gleichzeitig schmackhaften Ernährung bei.

Das Besondere: Die Hülsenfrüchte werden bei perfektem Reifegrad geerntet, nicht getrocknet, sondern umgehend frisch abgefüllt. Durch die frische Verarbeitung bleibt der natürliche Mineraliengehalt wie Eisen und Magnesium sowie Vitamine wie Folsäuren erhalten. Auf diese Weise sind hervorragende Nährwertprofile garantiert. Sie decken pro 100 Gramm zwischen 16 und 26 Prozent des Bedarfs an ausgewählten Mikronährstoffen ab. Selbstverständlich beinhalten die Produkte 100 Prozent natürliche Zutaten, sie sind frei von Gentechnik und Zusatzstoffen, ohne Glyphosat angebaut sowie dampfgegart. Nachhaltigkeit steht bei Bonduelle bei den Transportwegen ebenfalls im Vordergrund: So werden die Hülsenfrüchte in Nordfrankreich, nahe am Werk in Renescure, angebaut.

Die „Frisch vom Feld“-Sorten Kidney Bohnen, Weiße Bohnen, Borlotti Bohnen sind ab August im attraktiven 212ml-Format im Handel erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1,39 Euro.

Eine 360-Grad-Aktivierung begleitet die Produkteinführung. Die Digitalkampagne, die Teil der Kampagne „Unsere Besten probieren“ ist, adressiert Konsumenten auf Facebook, Instagram, YouTube sowie zahlreiche Websites. Dort sorgen Werbemittel wie Videos, Banner, Posts und Stories für eine effiziente Zielgruppenansprache. Zusätzlich können sich Verbraucher bei der On-Pack „Gratis probieren“ Aktion von den Neuprodukten überzeugen. Am Point-of-Sale werden Displays und zahlreiche Tools präsent sein. Im B2B-Bereich setzt Bonduelle Handzettel ein. Auch ist die Kampagne Bestandteil der Veganuary-Aktivierung Anfang 2023.

Christian Bauer, Marketing Director DACH BDG GmbH: „Mit unserer neuen Premium-Range ‚Frisch vom Feld‘ bieten wir Konsumentinnen und Konsumenten Hülsenfrüchte, bei denen der natürliche Mineraliengehalt sowie Vitamine erhalten bleiben. Um diese Einzigartigkeit zu unterstreichen, haben wir die Aussage auch in den Mittelpunkt unserer Produktkampagne gestellt. Denn der Mehrwert liegt ganz klar im Nährwert. Hiermit beweisen wir einmal mehr die Innovationskraft von Bonduelle.“



Über Bonduelle

Die Bonduelle Deutschland GmbH hat ihren Hauptsitz in Reutlingen/Baden-Württemberg. Der Salat und Gemüsespezialist bietet Vielfalt für jede Gelegenheit: Neben klassischen Gemüsekonserven, der beliebten Goldmais®-Familie und einem breiten Hülsenfrüchte-Sortiment gibt es von Bonduelle auch frische Salate aus dem Kühlregal – selbstverständlich alles in bester Markenqualität. Bonduelle erfüllt den Verbraucherwunsch nach einer abwechslungsreichen Ernährung.

Pressekontakt

Hartmut Schultz Kommunikation GmbH

Sigrid Eck

Tel: +49 (0) 89 99 24 96 26

Mail: se@schultz-kommunikation.com