



Presseinformation

1/2024 – Vegan ins neue Jahr mit Bonduelle

Während des Veganuary setzt Bonduelle auf die gemeinsame Vermarktung von Frische und Konserve: Neben einer nationalen Gratisaktion stehen bei der großen Online-Kampagne auch vielfältige vegane Rezeptinspirationen im Vordergrund.

Reutlingen, 10. Januar 2024 – Die Mission von Bonduelle ist es, ein Vorbild für die Transformation hin zur pflanzlichen Ernährung zu sein. Die leckeren und innovativen pflanzlichen Produkte des Gemüseexperten eignen sich hervorragend, um mehr Gemüse und Salat in die täglichen Mahlzeiten zu integrieren. Deshalb steht der Jahresanfang bei Bonduelle ganz im Zeichen des Veganuary: Bonduelle nimmt zum dritten Mal teil und inspiriert damit alle, die sich – temporär, teilweise oder komplett – pflanzlich ernähren wollen.

Genauso wie Bonduelle und Veganuary ein ideales Match ergeben, genauso lassen sich knackige Salate und proteinreiche Hülsenfrüchte bestens kombinieren: So schmecken der Gartensalat und die Linsen von Bonduelle hervorragend zu Rote Bete, ebenso wie gerösteter Blumenkohl mit Bonduelle Kichererbsen das Potenzial zum Lieblingsgericht hat. Der Variationsmöglichkeit sind aufgrund der Vielfalt der Produkte, die Bonduelle bietet, keine Grenzen gesetzt. Um noch mehr Konsumentinnen und Konsumenten auf den Geschmack zu bringen, bewirbt das Unternehmen ab Jahresanfang eine Aktion, die beide Segmente verbindet.

Für eine vegane Mahlzeit: Veganuary meets Bonduelle

Wer im Aktionszeitraum bis 29. Februar 2024 einen Bonduelle Salatbeutel und eine Bonduelle Gemüsekonserve 212ml kauft, zum Beispiel Frisch vom Feld Kidney Bohnen, bekommt den Kaufpreis der Konserve zurückerstattet. Dazu muss nur der Kassenbon, auf dem sich beide Produkte befinden, sowie ein Foto der Gemüsekonserve auf der Aktionsseite <https://veganinsneuejahr.bonduelle.de/> hochgeladen werden. Die fünf Kernartikel Kopfsalat Gartenkräuter Mix, Gartensalat, Country Mix, Wildkräutersalat und Mild & Wild sind mit einem aufmerksamkeitsstarken Aktionsfeld auf der Verpackung gekennzeichnet. Unabhängig vom Aktionsfeld nehmen jedoch alle verzehrfertigen Salate von Bonduelle an der Aktion teil.

Die Onlinekampagne sorgt für hohe Reichweite

Um während des Veganuary zu werben, setzt Bonduelle auf eine umfassende und reichweitenstarke Medienkampagne. So sprechen interaktive Mobile-Anzeigen (Mobile Explore) die jeweilige Zielgruppe mit kreativen Rezeptvorschlägen direkt an. Content on Demand (COD) macht auf relevanten Online-Plattformen mit maßgeschneiderten nativen Inhalten auf Bonduelle-Produkte aufmerksam. Diese sind an den jeweiligen Look and Feel des Mediums angepasst. Darüber hinaus sind digitale Stelen vor vielen REWE-Märkten präsent, damit Kundinnen und Kunden auch direkt am POS informiert werden. Die jüngere Zielgruppe adressiert Bonduelle mit einer Kampagne auf TikTok, die für eine starke Präsenz von Bonduelle sorgt.



Zum Veganuary arbeitet Bonduelle auch mit Content Creators wie [Itsonlyme.Julia](#), [Chellisrezepte](#), [JojoandYou](#) sowie [Mycarbcrew](#) zusammen, um Inspirationen zur pflanzlichen Ernährung zu bieten.

Über den Veganuary

Veganuary ist eine gemeinnützige Organisation, die Menschen dazu ermutigt, im Januar und darüber hinaus, eine vegane Ernährung auszuprobieren. Die aus Großbritannien stammende Kampagne konnte 2023 nach eigenen Angaben wieder ein Rekordwachstum verzeichnen: Weltweit hatten sich mehr als 700.000 Menschen registriert, aus nahezu jedem Land nahmen Menschen teil. In Deutschland beteiligten sich im vergangenen Jahr bereits mehr als 860 Marken, Restaurants und Einzelhandelsunternehmen – doppelt so viele wie 2022.

Über Bonduelle

Die BDG 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) 152 215 93 427

Mail: se@schultz-kommunikation.com