



## **10/2020 – Neuer Markenclaim und zwei neue Kampagnen für Bonduelle**

### **Presseinformation**

### **„Von Natur aus gut. Von Natur aus lecker“: Bonduelle verpflichtet sich zur Nachhaltigkeit // Bonduelle Goldmais® ohne Pestizidrückstände und Bonduelle Hofsalat mit neuem Claim hundertprozentig digital in Szene gesetzt**

**Reutlingen, Oktober 2020** – Bonduelle will mit schmackhaften Produkten auf pflanzlicher Basis einen Beitrag zur Zukunft des Planeten leisten. Nachhaltigkeit ist deshalb für Bonduelle erklärtes Unternehmensziel. Diese Mission transportiert der neue Markenclaim „Von Natur aus gut. Von Natur aus lecker“, der jetzt in der gesamten Corporate Identity sowie bei zwei neuen Kampagnen eingesetzt wird.

Die umfangreichen digitalen Kampagnen bewerben den Bonduelle Goldmais® ohne Pestizidrückstände und den Bonduelle Hofsalat. Beide adressieren die junge, ernährungsbewusste Zielgruppe. In den Spots steht der nachhaltige Anbau im Vordergrund. Während die Kampagne für den Bonduelle Goldmais® ohne Pestizidrückstände die Artenvielfalt im Boden visuell betont, werden beim Hofsalat die Botschaft des 70-prozentig reduzierten Wasserverbrauchs durch Hydroponie sowie der ganzjährige Anbau aus Deutschland vermittelt.

Die nachhaltige Positionierung ist auch für den Konsumenten sichtbar. So ist der Goldmais® ohne Pestizidrückstände mit dem aufmerksamkeitsstarken Label „Wir verpflichten uns zu nachhaltigem Anbau“ gekennzeichnet. Im November folgt die Platzierung des Labels auf dem innovativem Frische-Produkt Bonduelle Hofsalat sowie im nächsten Jahr kontinuierlich auf den Produkten des Bonduelle Long-Life-Segments (BELL). Dadurch erhalten die Konsumenten eine klare Orientierung am Regal.

Christian Bauer, Marketing Director DACH Bonduelle Deutschland GmbH: „Wir konnten in diesem Jahr eine Million neue Käuferinnen und Käufer hinzugewinnen. Das beweist das Vertrauen der Konsumenten in unsere Marke und damit in unsere Verpflichtung zu nachhaltigem Anbau. Beim Einkauf spielen die Argumente ‚Ohne Pestizidrückstände‘ und ‚weniger Wasserverbrauch‘ eine zentrale Rolle. Wir sind uns sicher: Unsere einzigartige Positionierung wird für weitere Umsatzimpulse sorgen.“

Die digitale Kampagne für den Bonduelle Goldmais® ohne Pestizidrückstände ist ab jetzt auf reichweitenstarken Online-Portalen wie youtube und Facebook zu sehen, im November folgt die Kampagne für den Bonduelle Hofsalat.

Für die Kampagne Goldmais® ohne Pestizidrückstände zeichnet die Agenturen Rupp – Die Markenflüsterer aus Ulm verantwortlich, für Bonduelle Hofsalat Stoyo aus Berlin, das Packaging erfolgte durch Pahnke Markenmacherei aus Hamburg. Die Mediaplanung stammt aus dem Hause Netzwerkreklame, Hamburg.



### **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](mailto:se@schultz-kommunikation.com)*