



## **09/2021 – PROsitiv genießen: Bonduelle launcht mit Lunch Bowl die erste verzehrfertige Mahlzeit aus 100 Prozent natürlichen Zutaten**

**Presseinformation**

### **Ab Oktober ist die Lunch-Innovation in drei verschiedenen Sorten erhältlich**

**Reutlingen, 21. September 2021** – Der Trend, beim Einkauf auf gesunde und natürliche Lebensmittel zu achten, ist ungebrochen. Dabei ist auch Qualität gefragt\*. Konsumenten greifen deshalb gerne zu Markenprodukten, die eine ausgewogene und nachhaltige Ernährung garantieren. Außerdem steigt die Anzahl an Vegetariern und Veganern und somit auch die Nachfrage nach veganen oder vegetarischen Lebensmitteln kontinuierlich. Hülsenfrüchte sind hier ein fester Bestandteil: Sie sind gesund, umwelt- und klimafreundlich sowie essenziell für eine nachhaltige Ernährung.

Diese Mega-Trends vereint jetzt Lunch Bowl von Bonduelle. Lunch Bowl ist die perfekte Kombination aus Hülsenfrüchten, Getreide und Gemüse und in den Variationen „Quinoa, Kichererbse, Karotte“, „Bulgur, Linse, Grillgemüse“ sowie „Dinkel, Gartenerbse, Kirschtomate“ erhältlich. Alle drei Sorten basieren auf veganen Rezepten und enthalten 100 Prozent ausschließlich natürliche Zutaten, Kräuter, Gewürze und natives Olivenöl. Ausgezeichnet sind sie deshalb mit Nutri Score A.

Die leckere Mahlzeit kann sofort kalt genossen werden oder, wenn sie warm sein soll, in einer Minute in der Mikrowelle erwärmt werden. Damit ist die die Protein- und Ballaststoffquelle vielseitig einsetzbar: Im Büro in der Mittagspause, zu Hause, nach dem Sport oder unterwegs.

Die 250-Gramm-Packungen sind ab Anfang Oktober im Handel erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 2,49 Euro.

**Aymeric De La Fouchardière, Geschäftsführer Bonduelle Deutschland GmbH:** „Unser Ziel ist es, weltweit die Referenz für pflanzliche Ernährung zu sein. Deshalb arbeiten wir ständig an innovativen Produkten. Mit Lunch Bowl erweitern wir jetzt unser pflanzenbasiertes Food-Sortiment um ein weiteres hochattraktives Angebot. Lunch Bowl ist die perfekte schnelle Mahlzeit für die stark wachsende Zielgruppe der Flexitarien, Vegetarier und Veganer.“

**Vielfältige Marketingmaßnahmen begleiten die Produkteinführung.** Eine reichweitenstarke Digitalkampagne adressiert Konsumenten auf YouTube, Facebook und Instagram. Als Werbemittel sorgen Video-Spots und animierte Banner für eine effiziente Zielgruppenansprache. Am Point-of-Sale werden Displays und zahlreiche Tools präsent sein. Zudem können sich Verbraucher bei der On-Pack „Gratis probieren“ Aktion von Oktober bis Januar von den Neuprodukten überzeugen. Im B2B-Bereich setzt Bonduelle Verlosungen über Handzettel ein sowie Presenterboxen. Darüber hinaus wird die EDEKA-GenussApp Lunch Bowl beinhalten. Von Beginn an unterstützen digitale Spots, Social Media, animierte Banner, Newsletter und regionale Aktivierungen die Produktneuheit.

\*Quelle: GfK Consumer Panel FMCG | FMCG Trends D-Gesamt | Jahr 2020



### **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)*