

Kuemmerling startet humorvolle Instore-Promotion mit dem „Arschparkplatz“

Wiesbaden, Februar – Die Kultmarke Kuemmerling läutet den Frühling mit einer aufmerksamkeitsstarken Instore-Verlosung ein, die ab April in teilnehmenden Märkten umgesetzt wird und zum Schmunzeln einlädt. Die Promotion bietet den Shopperrn die Chance, einen humorvollen Doppel-Sitzer, den "Arschparkplatz", zu gewinnen – natürlich stilgerecht mit Kuemmerling Branding.

Zielgruppenaffine Aktion sorgt für hohe Aufmerksamkeit am POS



Der exklusive "Arschparkplatz" ist nicht nur ein echter Hingucker, sondern passt perfekt zur humorvollen und geselligen Markenwelt von Kuemmerling – dem „Kräuter mit Kante“. Der klappbare Doppel-Sitzer ist zudem äußerst praktisch und perfekt für unterwegs – egal ob beim Campen, auf Festivals oder beim spontanen Treffen mit Freunden. Die Teilnahme an der Verlosung ist

denkbar einfach: Kunden füllen vor Ort eine Teilnahmekarte aus und werfen diese in die eigens gestaltete Kuemmerling Promotion-Ellipse mit integrierter Losbox ein. Zusätzlich punkten die Teilnahmekarten mit einem besonderen Extra: Eine perforierte Rezeptkarte lädt die Kunden ein, das Kuemmerling Erlebnis auch zu Hause weiterzuführen.

Stärkung der Markenpräsenz und Umsatzsteigerung

Durch das kreative Design und die Einbindung von humorvollen Elementen wird die Aktion ein echter Blickfang und fördert die Interaktion der Kunden.





Die Verlosung des "Arschparkplatzes" dient nicht nur der Kundenbindung, sondern unterstreicht gleichzeitig die Positionierung des „Kräuter mit Kante“ als Begleiter geselliger Momente. Händler profitieren von der erhöhten Kundenfrequenz und der steigenden Bereitschaft, Kuemmerling Produkte auszuprobieren.

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Über Kuemmerling

Der beliebte Kräuterlikör Kuemmerling steht seit über 100 Jahren für Werte wie Freundschaft, Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit. Er bringt Menschen zusammen und ist der ideale Begleiter für gesellige Runden. Bereits 1921 begann Hugo Kümmerling im Thüringer Wald mit der Herstellung von Kräuterlikören, seit Ende der 30er Jahre steht die streng geheime Rezeptur für Kuemmerling unverändert. Diese basiert ausschließlich auf natürlichen Inhaltsstoffen. Kräuter und Gewürze (wie Süßholz, Zimtrinde, Gewürznelke, Wermut und Minze) sorgen für den markanten Geschmack – nicht zu süß und nicht zu bitter. Ein Kuemmerling. Für einen Frischekick im Spirituosenregal sorgt der Line Extender Kuemmerling Pfefferminz. Fruchtig-würzige Aromen, wie Zitrone, Enzian und Kardamom, runden den frischen Geschmack der Minze ab.

Weitere Informationen unter www.kuemmerling.de, www.instagram.com/kuemmerling_de und www.facebook.com/kuemmerling

Über Henkell Freixenet

Henkell Freixenet ist die deutsch-spanische Allianz der Familienunternehmen Henkell mit Sitz in Wiesbaden und Freixenet mit Sitz in Sant Sadurni D'Anoia, Spanien. Das Unternehmen ist der weltweit führende Schaumweinanbieter und verfügt über ein einzigartiges Markenportfolio für Schaumwein, Stillwein und Spirituosen. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie I heart Wines, Mangaroca Batida sowie ein Portfolio an vielfach ausgezeichneten Weingütern und Marken. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornt das Team von Henkell Freixenet ebenso an wie die Vision, mittelfristig für jedes zehnte Glas Schaumwein weltweit zu stehen.

Weitere Informationen unter www.henkell-freixenet.com

Presseinformation



Pressekontakt:

Henkell Freixenet

Inga Zwanzig

Communications

Biebricher Allee 142

65187 Wiesbaden

T. +49 (0)611 63 - 212

E. inga.zwanzig@henkell-freixenet.com