

Neue Ideen bei Fritz Haasen, Geschäftsführer Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG: Mit sommerlicher Mango-Minze, trendiger Granatapfel-Aronia, frech-fröhlichen Disney-Stars und Fan-Maskottchen startet der Süßwaren- und Dosenbonbon-Spezialist in 2015 durch

Herbolzheim, im Januar 2015.

Was kommt bei Pulmoll im nächsten Jahr auf jeden Fall in die Dose?

Fritz Haasen: Unsere neue Pulmoll-Sorte Granatapfel-Aronia kombiniert mit einer wohlschmeckenden Menthol-Note für Hals und Rachen. Die Trendfrucht Granatapfel und die Powerbeere Aronia sind dafür bekannt, dass sie viele gesunde Vitamine, Mineralstoffe und Flavonoide enthalten. Dann wird es eine neue Pulmoll-Sommeredition im praktischen Beutel geben: Mango-Minze, die superfruchtig, lecker erfrischende Sorte für den Sommer mit der milden Minze, die sowohl im Aussehen als auch im Geschmack ein tolles Sommerfeeling bietet. Darüber hinaus bekommt unser Beutel-Sortiment einen moderneren und jüngeren Look.

Wird Ihre Pulmoll-Kampagne „Welcher Lutschtyp bist du?“ auch 2015 weiterlaufen?

Fritz Haasen: Wir sehen darin weiterhin großes Potenzial. Sie ist einfach sympathisch, passt ideal zu **dem kleinen, sanften Helfer** in Linsenform, der nicht einfach nur ein Bonbon ist und auf so unterschiedliche Art und Weise konsumiert werden kann. Auch haben wir jüngere Zielgruppen erreicht. Das neue Gesicht für die Online-Kampagne ist gefunden und seit Mitte 2014 erfolgreich im Einsatz. Die Kampagne führen wir daher auch in 2015 online weiter. Da freue ich mich drauf!

Welche Unternehmensziele haben Sie für 2015?

Fritz Haasen: Ein ressourcenschonender Umgang mit unserer Umwelt und soziale Verantwortung sind fest verankerte Unternehmensziele. Wir wollen unsere starke Marktposition, die mit einer Markenbekanntheit von immerhin 90 Prozent verbunden ist, ganz klar weiter behaupten. Das erreichen wir mit Innovationen, Flexibilität, gezielter Konsumentenansprache und vertrieblichen Aktivitäten, die den Impulskauf weiter fördern werden.

Wie wirkte sich der milde Winter 2013/2014 auf Ihre Geschäfte aus?

Fritz Haasen: Im vergangenen Jahr war der Umsatz im gesamten Hustenbonbonmarkt um vier Prozent rückläufig. Pulmoll konnte sich in diesem Markt gut behaupten. In den Drogeriemärkten

verzeichnen wir mit Pulmoll sogar einen Zuwachs von zwei Prozent und wachsen damit stärker als der Gesamtmarkt, dessen Wachstum bei nur 0,7 Prozent lag. Aber auch da schlummern noch erhebliche Potenziale im Regal.

Haben die Produkte, die in 2014 lanciert wurden, Erfolgsgeschichten geschrieben?

Fritz Haasen: Ja, besonders Pulmoll Mixed Berry mit Açai war ein Durchstarter. Das Produkt passte geschmacklich einfach perfekt in eine Zeit, in der der Winter ausblieb, da es ein nicht rein auf Husten fokussiertes Produkt ist. Jetzt ist es nach wie vor einer unserer Topartikel. Und die passend zum Muppets-Kinostart gelaunchten Design-Dosen mit Muppets-Figuren waren 2014 die erfolgreichste Lizenz von Kalfany.

Ihre Bonbons sind weltweit in aller Munde, welche Märkte stehen 2015 im Fokus?

Fritz Haasen: Wir wollen noch weiter wachsen und demnächst in 65 Ländern mit den Marken Kalfany und Pulmoll aktiv sein. Ziel ist es generell, die Märkte in Osteuropa, den USA und Russland stärker auszuweiten. Des Weiteren sind nach dem erfolgreichen Launch von Pulmoll Big Packs (XXL-Linsen geflowpacked in Beuteln) in Frankreich 2015 Pulmoll-Engagements in England, Skandinavien und Kanada geplant. Hauptumsätze im Export der Marke Kalfany erzielten wir mit der internationalen Range der Travel Sweets. Hier waren wir 2014 besonders in China, Russland, Korea und Israel erfolgreich. Auch mit länderspezifischen Produkten wie beispielsweise „Hello Kitty“ in Korea punkteten wir im globalen Geschäft.

Kommen 2015 wieder neue Lizenzen für Kalfany auf den Markt?

Fritz Haasen: Und was für welche! Wir haben eine Disney Aktionslizenz, bei der Micky Maus, Minnie Maus und Donald Duck unsere Dosen im sehr aktuellen Cartoon-Stil zieren werden. Da werden sich Jung und Alt freuen und Mädchen und Jungen gleichermaßen von den beliebten Charakteren begeistert sein. Und schmecken tun sie bei uns natürlich auch! Die Design-Dosen werden mit extra sauren Fruchtbonbons gefüllt.

Sind weitere Innovationen geplant?

Fritz Haasen: Unsere Kalfany Classic Travel Sweets ergänzen wir um die Sorte „Tropic“. Und das sehr beliebte Copper Sport Fandosensortiment mit den Logos der großen Fußballvereine wird noch weiter ausgebaut. Für den Export sind beispielsweise drei türkische Vereinsdosen dabei. Zur Rückrunde im Fußball wird es dann ab 2015 auch erstmals Fruchtgummi-Maskottchen für Fans im 125-Gramm-Beutel zum Vernaschen geben.

Und erfrischen die Echt Sylter Brisen-Klömbjes weiterhin den Markt?

Fritz Haasen: Es gibt überall in Deutschland Sylt-Liebhaber und die haben wir im Blick. Hier sind wir eine Kooperation mit einem Spezialisten für den Apothekenvertrieb eingegangen. Mit dem Ausbau des Apothekenvertriebs sind wundervolle Geschmacksrichtungen wie Waldmeister-Vanille, Rote Grütze und Erdbeer-Rhabarber jetzt auch bundesweit in Apotheken erhältlich.

Sie bleiben also quasi in aller Munde?

Fritz Haasen: Unbedingt, denn das haben Hals- und Hustenbonbons so an sich. Sie sind Impulsartikel, umso wichtiger ist es, im Handel gut platziert zu sein und neue Trends zu setzen, denn durch diese Präsenz sind die Chancen, mitgenommen zu werden, einfach besonders groß. Und genau das haben wir in 2015 wieder vor.

Über Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG

Die Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG ist heute einer der größten Dosenbonbonhersteller für Europa, Asien und den Nahen Osten. Basis ihres internationalen Erfolges bildet neben hohen Qualitätsstandards und ausgesuchten Rezepturen auch das unverwechselbare Dosendesign. Das Unternehmen gilt zudem als besonders aktiver und innovativer Hersteller, der sowohl auf Produktseite mit z. B. zuckerfreien Bonbons (seit 2012 mit Stevia * gesüßt) sowie einzigartigen Marken wie Pulmoll als auch auf technologischer Seite bereits weltweites Renommee erlangen konnte.

+++ Pressekontakt | 4PR Consulting GmbH | Frau Katharina Hoffmann | Telefon 02132 969000 | Telefax 02132 9681247 | Katharina.Hoffmann@4prconsulting.de |
www.4prconsulting.de +++

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG

Holzmattestraße 22 – D-79336 Herbolzheim
Tel.: +49 (0)7643 / 801-0 - Fax: +49 (0)7643 / 801-20

Mail: info@ksw24.com
www.ksw24.com

