



PRESSEINFORMATION

CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG
Kortrijker Straße 1
53177 Bonn
www.mentos.de

Mentos verbindet Menschen – mit neuer Markenpositionierung und vielen spannenden Neuheiten

(Bonn, Januar 2016). Die leckeren Mentos Dragees und Kaugummi machen es Menschen einfacher, die erste Hürde des Kennenlernens zu überwinden und helfen damit, Menschen zusammenzubringen. Das bestätigt ebenfalls eine aktuelle Marktforschung über die Marke Mentos. Auf diesen Erkenntnissen basieren die neue Mentos-Positionierung und die größte Mentos-Kampagne der CFP-Geschichte "Who says no to Mentos?". Das neue Markenbild wird in 2016 über alle Kanäle verbreitet und erreicht damit mehr als 400 Mio. Kontakte in der Zielgruppe. Zudem bietet Mentos Käufern gleich die Möglichkeit, ihre Gespräche mit neuen Mentos-Produkten zu eröffnen: Mentos Kaugummi ist ab Februar im praktischen Hosentaschenformat immer mit dabei. Ab März können außerdem die beliebten weichen Karamell-Bonbons Mentos Choco in der Limited Edition Choco & Mint angeboten werden. Die erfolgreichen, soften Kaudragees Mentos POPINS können ab April auch in der Sorte Berry miteinander geteilt werden. Mit diesen Maßnahmen plant Mentos, sich 2016 noch stärker im *Relevant Set* der Konsumenten zu verankern und das Image als sympathische Marke weiter zu fördern. Das Potential neuer Kategorien, wie POPINS und Choco, will Mentos zukünftig noch stärker nutzen und ausbauen sowie mit POPINS auch jüngere Zielgruppen erreichen. Im Kaugummi-Bereich setzt Mentos vor allem auf die Stärkung seiner Frische- und Fruchtcompetenz. Das Ziel ist der Ausbau von Marktanteilen. Folgende Aktivitäten sind im Einzelnen vorgesehen:

Neues Duo für die Hosentasche: Mentos Kaugummi in der Pocketbox



Die Mentos Kaugummi-Bestseller Pure Fresh Mint und Full Fruit werden ab Februar 2016 ganz neu auch im praktischen Hosentaschenformat angeboten. Mit der neuen Verpackungsgröße hat man die einzigartigen gefüllten Dragees, die ein besonders intensives Geschmackserlebnis bieten, immer dabei.



Pure Fresh Mint überzeugt Kaugummi-Fans durch pure Atemfrische mit Extrakten aus grünem Tee. Full Fruit begeistert durch leckere Frucht-Vielfalt und drei Sorten pro Packung: Orange/Zitrone, Waldfrucht/Limette und Himbeere/Kiwi. Beide Varianten sind zuckerfrei. Pure Fresh Mint und Full Fruit sind in den neuen Pocketboxen mit je 14 x 2 Gramm Dragees zu einem UVP von 0,99 € erhältlich. Damit setzt Mentos im wichtigen Niedrigpreissegment starke Impulse – insbesondere

im Convenience Bereich.

14 Dragees zum Verlieben: „Mentos kiss me“

Zum 14. Februar gibt es sie wieder – die limitierte „Mentos kiss me“-Rolle mit 14 Dragees zum Verlieben! Die Limited Edition der beliebten Mint-Rolle bringt auch 2016 Menschen einander näher. Diesmal steht sie für 14 Gründe, sich zu verlieben, zu lieben oder jemanden küssen zu wollen. Die „Mentos kiss me“-Rolle ist in limitierter Auflage ab Januar 2016 für 0,70 € (UVP) als Einzelrolle im 40er-Kassendisplays erhältlich.



Mentos Choco: Neue Limited Edition mit Minz-Schokolade

Ab März 2016 ist Mentos Choco als Limited Edition in der Sorte Choco & Mint erhältlich. Das beliebte softe Karamellbonbon ist in der neuen Variante mit Minz-Schokolade gefüllt. Auch bei Choco & Mint verhindert der leckere Karamellmantel das Schmelzen der Schokolade. Das macht Mentos Choco & Mint – wie bereits die beiden in 2015 eingeführten



Sorten Karamell & Schokolade sowie Karamell & Weiße Schokolade – zum idealen Begleiter zu jeder Jahreszeit. Mentos Choco & Mint kann im praktischen Rollen-Format zu Hause oder unterwegs konsumiert und geteilt werden. Entscheiden müssen sich Fans nur für eine von zwei Packungsgrößen: Die 1er-Rolle (UVP: 0,75 €) ist ideal für den kleinen Schokoladen-Appetit. Der 3er-Pack (UVP: 1,59 €) ist optimal als Vorratspackung oder zum Teilen. Attraktive Zweitplatzierungen, massive Sampling-Maßnahmen und die Kommunikation in Online-Medien sowie PR unterstützen das neue Produkt.

Die will jeder haben: die neuen Mentos POPINS Berry

Ein Jahr nach der erfolgreichen Markteinführung von Mentos POPINS in den Sorten Fruit und Sour bekommt die Range Zuwachs: Ab April 2016 verstärkt die fruchtige Variante Mentos POPINS Berry die Kategorie der soften Kaudragees. Kinder, Teenager, junge Erwachsene und Familien können sich bei Mentos POPINS Berry auf die fünf leckeren Geschmacksrichtungen Berry-Cherry, Berry-Strawberry-Banana, Berry-Grape, Berry Blue Raspberry und Berry-Blackberry freuen. Im



Freibad oder beim Picknick, zu Hause beim Fernsehabend oder beim Treffen mit Freunden – Mentos POPINS Berry passen zu jeder Gelegenheit und können überall verschlungen werden; gerne auch gemeinsam. Die



neuen Mentos POPINS Berry werden in zwei verschiedenen Packungsgrößen angeboten: Die kleine 50-Gramm-Packung (UVP 0,85 €) ist optimal für unterwegs. Die größere 170-Gramm-Packung (UVP 1,69 €) ist ideal als Vorratspackung oder zum Teilen.

Mentos Promotions: Mehr Inhalt und mehr Sichtbarkeit

Im ersten Quartal bietet Mentos als Zugabe die rotationsstärksten Sorten Mint, Frucht und Rainbow als 3+1-Pack an. Die begehrte Aktion, bei der die Konsumenten eine Rolle gratis erhalten, läuft von Januar bis März im LEH. Die Aktionsware wird aufmerksamkeitsstark auf attraktiven Zweitplatzierungsdisplays vermarktet. Der UVP der 3+1-Packung liegt bei 1,49 € (analog zum 3er-Pack).

Weitere Promotions starten im zweiten und dritten Quartal: Zunächst setzt die Aktion mit Choco-Mix-Displays – gefüllt mit allen drei Sorten – von April bis Juni starke Akzente im Handel. Darauf folgen von Juli bis September POPINS-Mix-Displays mit allen drei Sorten und aktivieren den Abverkauf.

Im Fokus: Die Kampagne „Who says no to Mentos?“

Um die neue Mentos-Markenpositionierung in den Köpfen der Verbraucher zu verankern, wurde die größte Mentos-Kampagne der CFP-Geschichte entwickelt.

Sie besteht aus einem TV-Spot und einer Digital-Kampagne. Der Spot ist ein 20-Sekünder, der auf allen großen Sendern – unter anderem bei ProSieben, RTL, VOX und RTL II – seit November 2015 und bis März 2016 zu sehen ist. Der Spot möchte mit einem Augenzwinkern vermitteln, dass niemand Mentos widerstehen kann und Mentos Menschen zusammenbringt –



egal in welchen Situationen. Im 2. Halbjahr wird die TV-Kampagne fortgesetzt und erreicht damit allein in 2016 über 340 Mio. Kontakte in der Mentos-Zielgruppe.

In der parallel laufenden Online-Kampagne wird die gleiche Botschaft aufgegriffen. Die auf YouTube und Facebook geschaltete Kampagne zeigt Kinder in der Rolle der „Mentos Mentors“. Die kleinen Kommunikations-Experten helfen Erwachsenen dabei, neue Beziehungen zu knüpfen. Mit mehr als 60 Mio. Kontakten geht Mentos neue Wege und setzt somit einen digitalen Meilenstein.



EAN-Codes

Mentos Kaugummi Pure Fresh Mint 4 x 9:

UK: 8003440984772

VE: 8003440984765

Stück: 80784111

Mentos Kaugummi Full Fruit 4 x 9:

UK 8003440984758

VE: 8003440984741

Stück: 80767619

Mentos kiss me 8 x 40:

UK: 8710800956002

VE: 8710800955555

Stück: 87108019

Mentos Choco & Mint 8 x 24:

UK: 4602606011518

VE: 4602606011495

Stück: 46170842

Mentos Choco & Mint 25 x 3:

UK: 4602606011525

VE: 4602606011501

Mentos POPINS Berry 12 x 170:

UK: 8723400778318

VE: 8723400778301

Mentos POPINS Berry 6 x 15:

UK: 8723400778349

VE: 8723400778332

Stück: 8723400778325

Bildmaterial und weitere Informationen stehen auf <http://newsroom.4prconsulting.de> zum Download bereit.

Über CFP Brands:

CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG mit Sitz in Bonn ist ein Joint Venture der multinationalen Süßwarenkonzerne Perfetti Van Melle, Italien/Niederlande, und Fisherman's Friend, Großbritannien. CFP Brands beschäftigt ca. 100 Mitarbeiter und vertreibt in Deutschland die Top-Marken der Branche: Mentos, Chupa Chups, Fisherman's Friend und Smint.

Pressekontakt:

Katharina Hoffmann, 4PR Consulting Gesellschaft für Kommunikation mbH
Dorfstraße 12, D-40667 Meerbusch, Telefon: +49 2132 969 000, Telefax: +49 2132 968 1247
E-Mail: katharina.hoffmann@4prconsulting.de, Homepage: www.4prconsulting.de