

## **PRESSEINFORMATION**

### **„Wie cross ist das denn!“ Umfassende Kommunikationskampagne für LEICHT&CROSS**

#### **Griesson - de Beukelaer setzt 2019 auf verstärkte Präsenz in Print, TV und Social Media / Fitness-Influencer Jan Körber als Kampagnengesicht**

Polch, 14. Februar 2019 – Alle Scheinwerfer auf LEICHT&CROSS: Nach einem erfolgreichen Jahr 2018 setzt LEICHT&CROSS, der Marktführer im Knusperbrotsegment, den Aufwärtstrend auch in diesem Jahr mit einer integrierten Kampagne fort. Durch Auftritte in Print, TV und Social Media wird die Käuferreichweite von LEICHT&CROSS weiter ausgebaut und das positive Image der Marke noch tiefgreifender verankert. Sampling- und POS-Aktionen regen darüber hinaus zum Probieren an. Der Fokus der Kampagne unter dem Motto „Wie cross ist das denn!“ liegt auf dem jüngst eingeführten dunklen Knusperbrot LEICHT&CROSS Mein KnusperRustica. Dieses richtet sich speziell an eine junge, dynamische Zielgruppe.

Im Rahmen der Kampagne schaltet Griesson - de Beukelaer (GdB) von Februar bis Mai vier Print-Motive sowie Advertorials in reichweitenstarken Frauen-, Lifestyle- und Food-Titeln und erreicht damit knapp 20 Millionen Kontakte. Kampagnengesicht ist Fitness-Influencer Jan Körber, der bereits seit 2018 als Botschafter für die Marke LEICHT&CROSS agiert. Die Printkampagne wird ganzjährig durch zahlreiche Social-Media-Aktivitäten sowie durch ein Influencer-Event verlängert und sorgt so für neue Impulse und locker-leichte Momente im Alltag der Zielgruppe. Ab Ende März ist LEICHT&CROSS überdies im Fernsehen präsent und richtet sich via Addressable TV individuell und gezielt an relevante Verbrauchergruppen (rund 2,3 Millionen Kontakte). Abgerundet wird die Kommunikationskampagne durch ein groß angelegtes Sampling im Mai sowie eine Dachmarkenpromotion direkt am POS im dritten Quartal. Das Sampling von LEICHT&CROSS Mein KnusperRustica lädt in einem zielgrup-

## **PRESSEINFORMATION**

penaffinen Umfeld zum Probieren und Genießen ein. Dazu gehören beispielsweise Fitnessstudios, Hotels oder Büroküchen.

„LEICHT&CROSS überzeugt als vielfältiger, knusprig-lockerer Alltagsbegleiter – so setzen wir die Marke im Rahmen der Kommunikationsoffensive auch in Szene. Damit wollen wir zeigen, wie einfach es sein kann, sich gut zu ernähren“, beschreibt Martin Schulz, Leiter Marketing bei GdB, die neue Kampagne. „Mit Fitness-Influencer Jan Körber als Kampagnengesicht sprechen wir vor allem junge, ernährungsbewusste Verbraucher an.“ Entwickelt wurde die Kampagne mit der Markenagentur taste! aus Offenbach.

LEICHT&CROSS ist der perfekte Begleiter für alle, die Wert auf eine bewusste Lebensweise und eine vielseitige, ausgewogene Ernährung legen. Ob herzhaft-knusprig, fein und mild oder besonders kräftig – der Marktführer im Knusperbrotsegment bietet für jeden Geschmack genau das Richtige und entspricht dabei wichtigen Ernährungstrends wie Genuss, Leichtigkeit und Vielseitigkeit.

### **Für Rückfragen:**

Peter Gries  
Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG  
Pressesprecher  
August-Horch-Straße 23, 56751 Polch  
Tel: (02654) 401-1214  
Email: [p.gries@gdb.biz](mailto:p.gries@gdb.biz)

Christian Wolfram  
Engel & Zimmermann AG  
Unternehmensberatung für Kommunikation  
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting  
Tel: (089) 893 563-3  
Email: [gdb@engel-zimmermann.com](mailto:gdb@engel-zimmermann.com)

**Weitere Informationen zu Griesson - de Beukelaer sowie die Pressemitteilung zum Herunterladen gibt es unter: [www.griesson-debeukelaer.de](http://www.griesson-debeukelaer.de)**