



## 5 GUM Dose startet am POS

Zur offiziellen Markteinführung der neuen 5 GUM Dose im Premiumlook am 12. September startete Wrigley eine umfangreiche Promotion für die Produktinnovation. Begleitet wird der große Neuauftritt durch eine reichweitenstarke 360-Grad-Aktivierung mit mehr als 600 Millionen Kontakten. Die Kommunikation umfasst einen TV-Spot sowie PR- und Online-Aktionen. Für alle teilnehmenden Händler stehen Promotion-Displays in drei unterschiedlichen Größen zur Verfügung: ein Thekendisplay sowie zwei Bodenaufsteller. Das Besondere an den Displays ist die aufmerksamkeitsstarke Wirkung durch das auffällige Design. Darüber hinaus bieten in beiden Bodenaufstellern integrierte Samples den Konsumenten die Möglichkeit, das neue Produkt direkt am POS gratis probieren zu können. Die 5 GUM Dose im Premiumlook überzeugt mit einem einzigartigen und neuen Kauerlebnis: Kaugummis in Würfelform sorgen mit knackiger Schale sowie weichem Kern für intensiven und langanhaltenden Geschmack. Mit einem Inhalt von 35 Kaugummis ist die stylische Dose optimal, um sie mit Freunden zu teilen.

Mit drei aufmerksamkeitsstarken Display-Varianten präsentiert Wrigley seine neue 5 GUM Dose am POS.

## Dezente Farboffensive

Für die Markteinführung eines Erfrischungs- und Lifestyle-Getränks des Start-Up-Unternehmens edlesgrün GmbH hat Thimm Display eine POS-Lösung konzipiert und produziert, welche die Markenkommunikation am POS zielgerichtet unterstützt. Sie besteht aus einem Display und einer ellipsenförmigen Säule. Beide Elemente bieten großzügige Flächen für die Offset-Bedruckung und sind so stabil konstruiert, dass das Display ein hohes Volumen an Getränkedosen tragen kann. Die versetzte Anordnung der Getränkedosen auf den Krepeltrays ermöglicht ein Maximum an Platz für die Produkplatzierung. Das Display kann zudem flexibel erweitert und verändert werden. Die Auslieferung erfolgt je nach Anforderung flachliegend oder aufgerichtet und bestückt. Aufgrund der sortenreinen Materialverwendung kann das Display nach der Nutzung problemlos dem Wertstoffkreislauf zugeführt werden. Bild: ©Thimm



„edlesgrün“ – mit seiner auffällig zurückhaltenden Display-Lösung will Thimm dafür sorgen, dass der Markenname bald in aller Munde ist, ebenso wie die gleichnamigen Getränke.



Henkel kommt am POS ganz groß raus – mit einem Säulen-Display im XXL-Format.

## Vierfach-Promotion

Bis Anfang Oktober lockt Henkel wieder mit „lupenreinen“ Sparangeboten – und einer unübersehbaren Zweitplatzierung. Das von der Agentur HeberLink, Köln, gestaltete Aktions-Display ist nicht nur auffällig groß, die vier Säulen der beiden Torbogen visualisieren zudem sogleich, worauf es ankommt: Viermal zugeifen, vier Euro sparen! Genauer gesagt: Wer mindestens vier Produkte der Marken Persil, Spee, Weißer Riese, Perwoll, Sil oder Somat kauft, erhält vier Euro Sofortrabatt. Der Rabatt-Coupon muss dafür an der Kasse vorlegt werden. Die Coupons sind im teilnehmenden Handel an den Displays und Coupon-Blocks an den Waschmittel-Regalen erhältlich und können pro Einkauf ein Mal einlöst werden. Darüber hinaus stehen sie im Internet auf den Webseiten der teilnehmenden Marken sowie auf dem Verbraucherportal von Henkel zum Download zur Verfügung.