



Charoluxe-Kampagne 2017 erreichte 500.000 Verbraucher

Genussworkshops in den Märkten vermittelten ein Rundum-Markenerlebnis

Düsseldorf, Dezember 2017 – 16 Genussworkshops, 420 Verkostungstage, 85.000 Kontakte im Markt und rund 500.000 erreichte Verbraucher insgesamt – das ist die Bilanz der Charoluxe-Kampagne, mit der der Verband der französischen Fleischwirtschaft Interbev auch 2017 den Absatz des Premium-Rindfleischs auf dem deutschen Markt unterstützte. Die Kampagne unter dem Motto „Meine Wahl? Charoluxe“ nimmt qualitätsbewusste Genießer ins Visier, für deren Kaufentscheidung neben Qualität und Geschmack auch Werte wie Tierwohl und Transparenz eine entscheidende Rolle spielen.

Kulinarisches Highlight waren 16 Charoluxe-Genussworkshops in den Märkten. Die Teilnehmer verkosteten verschiedene Rindfleischspezialitäten mit passenden Weinen. Zugleich gab Markenbotschafter und Fleischermeister Gerd Koester spannende Einblicke in die naturnahe und artgerechte Aufzucht der Jungbullen im Charoluxe-Markenprogramm auf der Weide und vermittelte Tipps und Tricks für die perfekte Zubereitung der verschiedenen Teilstücke. Durch die Workshops sowie durch 420 Verkostungstage konnten sich rund 85.000 Marktkunden persönlich von Geschmack und Qualität des Premium-Rindfleischs überzeugen. Unterstützt wurden diese Aktion durch eine vernetzte Kommunikation in den Print- und Online-Medien der Handelspartner.

Die Themen Genuss, Tierwohl und Rückverfolgbarkeit greift auch ein anderthalbminütiges Video über Charoluxe auf, das inzwischen mehr als 80.000 Verbraucher auf Youtube angeschaut haben.

Auftritte auf Hausmessen, Schulungen für das Verkaufspersonal und Kommunikation in den internen Medien der Handelspartner rundeten das Programm ab.

Das Charoluxe-Markenvideo und viele weitere Informationen finden Verbraucher wie Händler auf der Website www.charoluxe.de. Märkte können den kurzweiligen Film per Link in ihre eigene Webseite einbetten: <http://bit.ly/2f1G5kB>.

PRESSEKONTAKT

Maren Henke
maren.henke@sopexa.com
Tel.: 0211-49808-43
www.charoluxe.de

Bildmaterial:



Charoluxe-Genussworkshops in den Märkten vermitteln den Verbrauchern ein Rundum-Markenerlebnis.



Das anderthalbminütige Video erklärt die Vorzüge von Charoluxe. Märkte können es in ihre eigene Webseite einbetten.

Die Veröffentlichung der Fotos ist honorarfrei bei Nennung der Bildquelle ©Charoluxe

PRESSEKONTAKT

Maren Henke
maren.henke@sopexa.com
Tel.: 0211-49808-43
www.charoluxe.de

Die Marke Charoluxe

1994 vom Verband der französischen Fleischwirtschaft Interbev gegründet, garantiert die Premiumrindfleischmarke Charoluxe seit über 20 Jahren Sicherheit und Rückverfolgbarkeit auf dem deutschen Markt. Es werden ausschließlich Fleischrinder der Rasse Charolais und deren Kreuzungen verwendet, die in Frankreich geboren, aufgezogen und geschlachtet werden. Die Marke Charoluxe steht für artgerechte Aufzucht auf der Weide und rein pflanzliches Futter. Um den Erwartungen des deutschen Marktes zu genügen, bemüht sich Charoluxe fortwährend darum, die strengen Kriterien des eigenen Lastenhefts an die aktuellen Entwicklungen anzupassen und Vorreiter für sicheres und genussvolles Rindfleisch zu sein.

Hüter des guten Geschmacks: der Charoluxe-Exportclub

Hinter der Marke Charoluxe stehen die sechs Mitglieder des französischen Charoluxe-Exportclubs: Bigard, Bressuire Export, Charal, Elivia, Sicarev und Socopa Viandes. Als „Hüter des guten Geschmacks“ bürgen die Firmen für die Einhaltung der strengen Kriterien des Lastenheftes und achten auf deren Anpassung an aktuelle Entwicklungen. Sie sorgen dafür, dass den Handelspartnern in Deutschland stets frisches Charoluxe-Fleisch in gewohnt hoher Qualität zur Verfügung steht.

Der Verband der französischen Fleischwirtschaft Interbev

Interbev, der Verband der französischen Fleischwirtschaft, wurde am 9. Oktober 1979 auf Initiative verschiedener Organisationen der französischen Fleischbranche gegründet. Er vertritt die gemeinsamen Interessen der Akteure des Sektors aus Tierzucht, Industrie, Handwerk und Handel. Neben der internen Verbandsarbeit (Erarbeitung gemeinsamer Positionen und Erstellung von Lastenheften sowie Leitfäden) zählt insbesondere die externe Kommunikation zu den Aufgaben von Interbev – von der Definition einer gemeinsamen Strategie über die Umsetzung bis hin zur Evaluation der Maßnahmen. Damit unterstützt der Verband die Unternehmen der Branche bei ihren wirtschaftlichen Aktivitäten.

PRESSEKONTAKT

Maren Henke

maren.henke@sopexa.com

Tel.: 0211-49808-43

www.charoluxe.de