



## **Charoluxe-Aktionen im Handel erreichten 82.000 Verbraucher**

### **Neues Video erklärt Kunden die Vorzüge des französischen Premium-Rindfleischs in anderthalb Minuten**

*Düsseldorf, Dezember 2016.* Der Verband der französischen Fleischwirtschaft Interbev unterstützte den Handel auch im endenden Jahr mit Promotionsaktionen zum Thema „Meine Wahl? Charoluxe“ und brachte dabei 82.000 Kunden in 200 Märkten in den Genuss eines französischen Premium-Rindfleischs. Auf dem Programm standen 420 Verkostungstage (+5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) und 10 Kundenabende. An letzteren tischte Markenbotschafter und Fleischermeister Gerd Koester ein Charoluxe-Menü auf und informierte die Verbraucher über die artgerechte Haltung der Tiere und die Qualitätskriterien des Fleischs. Zudem bot Interbev Schulungen für das Verkaufspersonal der Supermärkte an, besuchte Handelshausmessen und zeigte Präsenz vor 1.000 Vertriebsentscheidern auf dem Münchner Fachsymposium „Feines Essen und Trinken“. Highlight des Jahres waren 16 spezielle Thementage in den Märkten, die Interbev mit Promotionmaterial unterstützte. So zum Beispiel ein Charoluxe-Live-Cooking bei Globus Wiesental, eine Verkostungsveranstaltung „Charoluxe: Leben wie Gott in Frankreich“ bei Edeka Höchner und ein Charoluxe-Grillfest bei Bungert in Wittlich. Bungert erhielt die Auszeichnung „Beste Charoluxe-Grilltheke“ für seine einwöchige Fleischthekenaktion plus ein mit 500 Euro dotiertes Preisgeld für das Verkaufsteam. Ein lokaler Mediaplan und eine Video-Werbekampagne auf Youtube begleiteten die Aktionen im Handel und schafften 970.000 Kontakte zwischen Marke und Verbrauchern.

### **Vorzüge von Charluxe kurz und knackig für Verkaufsteams und Verbraucher im neuen Video erklärt**

„Neu ist seit November ein Video, das in anderthalb Minuten die Vorzüge von Charoluxe erklärt und sowohl für Verkaufsteams als auch für Verbraucher

#### **PRESSEKONTAKT**

Lorraine Jurgons

lorraine.jurgons@sopexa.com

Tel.: 0211-49808-48

[www.charoluxe.de](http://www.charoluxe.de)

interessant ist“, berichtet Gerd Koester. „Ausschlaggebend sind hierbei Kernelemente der Marke wie die naturnahe und artgerechte Aufzucht der Jungbullen auf der Weide, die rein pflanzliche Ernährung sowie die französische Herkunft und Rückverfolgbarkeit des Produkts von der Weide bis auf den Teller“. Zudem gibt die kürzlich überarbeitete Webseite neue Rezepttipps von Sternekoch Tristan Brandt preis. Video und Webseite sind abrufbar unter [www.charoluxe.de](http://www.charoluxe.de). Märkte können den kurzweiligen Film per Link in ihre eigene Webseite einbetten: <http://bit.ly/2f1G5kB>.

*Bildmaterial:*



Durch Aktionen in 200 Verkaufsstätten des qualitativen LEH kamen 82.000 Marktkunden in den Genuss der französischen Premiumrindfleischmarke.



**PRESSEKONTAKT**

Lorraine Jurgons  
lorraine.jurgons@sopexa.com  
Tel.: 0211-49808-48  
[www.charoluxe.de](http://www.charoluxe.de)

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

**Pressekontakt**  
Lorraine Jurgons

[lorraine.jurgons@sopexa.com](mailto:lorraine.jurgons@sopexa.com)

Tel.: 0211-49808-48

#### **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 Fleischer 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, Sicavyl und Socopa Viandes. Als „Hüter des guten Geschmacks“ bürgen die Firmen für die Einhaltung der strengen Kriterien des Lastenhefts 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**

Lorraine Jurgons

[lorraine.jurgons@sopexa.com](mailto:lorraine.jurgons@sopexa.com)

Tel.: 0211-49808-48

[www.charoluxe.de](http://www.charoluxe.de)