

Chocolato.de setzt neue Marketing-Strategie um - SPORT1 wird erster Partner für neue „Limited Edition“ - Serie

Reutlingen, 03. Juni 2011. – Der Internet Chocolatier Chocolato.de setzt seine neue Marketing-Strategie um und veröffentlicht ab sofort unter dem Motto „Limited Editions by Chocolato.de“ immer wieder neue Pralineneditionen im Co-Branding mit etablierten Marken. Mit dem ersten Partner, dem TV-Sender SPORT1 aus dem Raum München, hat sich ein unschlagbares Team passend zur Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland zusammengefunden.



Bald ist es wieder soweit – ganz Deutschland packt das Fußballfieber. Zu diesem Anlass bringt Chocolato.de eine spezielle Edition seiner Pralinen im Länderflaggen-Design auf den Markt. Und wer wäre dafür besser als Partner geeignet als die crossmediale Marke SPORT1 mit seinem Internetportal SPORT1.de sowie der unter Fußballfans legendären Sendung „Doppelpass“! Zusammen wurde eine Pralinenedition entwickelt, die durch das originelle Design der Verpackung und dem unwiderstehlichen Geschmack der Chocolato.de Pralinen überzeugt.

Die „SPORT1 Limited Edition by Chocolato.de“ ist standardmäßig mit neun Pralinen bestückt. In der Mitte befindet sich die SPORT1-Logo-Praline. Vier weitere Logo-Pralinen erstrahlen in den Landesflaggen der vier Favoritenteams der Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft – Deutschland, USA, Brasilien und England. Auch sind vier, ebenfalls in der Reutlinger Manufaktur handgefertigte Trüffelpralinen aus dem Sommersortiment von Chocolato.de enthalten, um die geschmackvolle Edition abzurunden. Die neue „SPORT1 Limited Edition by Chocolato.de“ ist ab dem 10. Juni 2011 für 15,90 EUR unter www.chocolato.de für alle Schoko- und Fußballbegeisterten zum Weiterverschenken oder selber Genießen erhältlich und wird mit DHL inklusive Kühlpad versandt.

Zusätzlich lässt sich der „SPORT1 Limited Edition by Chocolato.de“ eine individuelle Grußkarte beilegen, welche von Chocolato.de handgeschrieben wird. So lassen sich Freunde, Verwandte und Kollegen auf die originelle und geschmackvolle Art zum gemeinsamen Fußballabend einladen.

Mit seinen Limited Editions möchte Chocolato.de seinen Fans zukünftig ganz besondere Geschenkideen bieten. Fest steht, dass es pro Limited Edition einen passenden Co-Branding-Partner geben wird, der für die ausgefallenen Pralineneditionen Pate steht. Voraussetzung für zukünftige Partner ist, dass dieser fest im Markt etabliert ist und saisonbezogen für Aufmerksamkeit sorgen kann.

„Jede einzelne Limited Edition soll ab sofort dazu beitragen, dass das Profil von Chocolato.de weiter geschärft wird. Wir stehen für ausgezeichnete Handwerksqualität, innovative Konzepte im Lebensmittelbereich und werden als sympathischer und fairer Geschäftspartner geschätzt. Gerne heißen wir jede Marke willkommen, uns vor Ort in Reutlingen kennenzulernen und in Form einer Limited Edition mit unserem jungen aufstrebenden Unternehmen auf besonders geschmackvolle Art Werbung zu machen“, erklärt Gründer und Geschäftsführer Ronald M. Arndt, verantwortlich für die Bereiche Marketing und Vertrieb innerhalb der Chocolato.de GmbH.

Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit SPORT1, von der Ausarbeitung der Limited Edition bis hin zur Markteinführung, hat gezeigt, dass das Konzept erst am Anfang seiner Umsetzung steht und von Chocolato.de noch einiges zu erwarten ist, was die bereits aufgenommenen Verhandlungen mit dem nächsten Partner untermauern.

Über die Chocolato.de GmbH:

Die Chocolato.de GmbH ist eine Marke des jungen Food-Inkubators Onfoods (www.chocolato.de). Bei Chocolato.de handelt es sich um ein Startup-Unternehmen aus der Schoko-Branche mit dem Slogan "Chocolato.de - Dein Internet-Chocolatier". Das Unternehmen wurde 2009 gegründet und hat seinen Sitz in Reutlingen am Fuße der Schwäbischen Alb. Seine Geschichte reicht bis ins Jahr 1901 zurück, als der Urgroßvater einer der Gründer mit seinem Stuttgarter Schokoladengeschäft zum Königlichen Hoflieferanten ernannt wurde. Chocolato.de hat Schokolade also quasi im Blut.

Weitere Informationen, Bilder und Logos zu Chocolato.de finden Sie unter: www.chocolato.de/presse