



PRESSEINFORMATION

Kirschblüten im Kühlregal

Yakult sorgt mit saisonal-blumigem Design für Frühlingsgefühle

Neuss, 20.02.2024 – Ab März 2024 zelebriert Yakult die in Japan so beliebte Zeit der Kirschblüte mit einer auffallenden, temporären Verpackungsedition im Sakura-Design. Mit der blumigen Optik sorgt Yakult auch in diesem Jahr für Frühlingsgefühle im Kühlregal. Die schönen Kirschblüten-Illustrationen auf den Verpackungen steigern die Aufmerksamkeit und laden zum Zugreifen ein. Das attraktive Design wird ab März bis Mai auf allen Packungen der drei Yakult Varianten – Original, Balance und Plus – zu sehen sein. Begleitet wird die saisonale Packungsedition durch Social-Media-Marketing und Kommunikation über unternehmensseitige Kanäle sowie durch die Markenkampagne „My Yakult“, die für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgt.

Die Kirschblüten (japanisch: Sakura) sind für Japanerinnen und Japaner ein besonderes Naturspektakel, das den Frühling, die Schönheit der Natur, die Erneuerung sowie die Vergänglichkeit des Lebens symbolisiert und jährlich Freude bringt. Diese Freude möchte Yakult aufgreifen und weitergeben, weshalb ab März 2024 passend zum Frühlingsbeginn auf den Umverpackungen der Yakult Fläschchen Sakura-Blüten zu sehen sein werden. Bis Mai weckt das saisonale Sakura-Design Frühlingsgefühle bei Verbraucherinnen und Verbrauchern.

„Mit unserem saisonalen Verpackungsdesign im Frühling sorgen wir nicht nur für frische Akzente im Kühlregal, sondern animieren die Verbraucherinnen und Verbraucher auch zu Impulskäufen. Das blumige Design bekommt immer wieder positives Feedback von Kundenseite“, so Julia Weyerstraß, Marketing-Managerin der Yakult Deutschland GmbH. Begleitet wird das saisonale Verpackungsdesign durch Social-Media-Marketing und Kommunikation über unternehmensseitige Kanäle, wie über Newsletter und den Webseiten-Auftritt, und sorgt dadurch für hohe Aufmerksamkeit.

Yakult, das hochwertige, fermentierte Magermilchgetränk mit Milliarden aktiver *L. casei* Shirota Milchsäurebakterien, zeichnet sich insbesondere durch die enthaltenen Shirota Bakterien aus, die die guten Bakterien im Darm erhöhen. Yakult gibt es in drei leckeren Varianten: Yakult Original, das auf der Original-Rezeptur von 1935 beruht, Yakult Balance mit Vitamin D und weniger Zucker sowie das ebenfalls zuckerreduzierte Yakult Plus, das reich an Vitamin C ist und zusätzlich Ballaststoffe enthält.

Bildmaterial



Bildunterschrift: Yakult im Sakura-Design

Dateiname: Pressefoto_Yakult_Sakura_Design_jpg (1,91 MB)

Quellenangabe Foto: Yakult Deutschland GmbH

Nutzung: Eine Veröffentlichung ist nur gestattet zur Illustration einer redaktionellen Berichterstattung über die Marke Yakult, Produkte der Yakult Deutschland GmbH oder die Yakult Deutschland GmbH.

Über das Unternehmen Yakult

Der japanische Wissenschaftler Dr. Minoru Shirota forschte Anfang des letzten Jahrhunderts an der japanischen Universität Kyoto über die Wirkung der Darmbakterien auf die Gesundheit. Im Jahr 1930 gelang es ihm, ein Milchsäurebakterium mit einzigartigen Eigenschaften zu selektieren und zu kultivieren: *L. casei* Shirota. Das Besondere an diesen Shirota Bakterien ist, dass sie lebend den Darm erreichen, da sie besonders widerstandsfähig gegenüber Magen- und Gallensäuren sind, und dort die Anzahl guter Bakterien erhöhen.

Dr. Minoru Shirota gründete sowohl das Unternehmen Yakult als auch ein eigenes Forschungsinstitut, das Yakult Central Institute in Tokio. Bis heute erforschen dort Wissenschaftler/-innen den Stamm *L. casei* Shirota und die Darmmikrobiota. Im Jahr 2005 wurde das erste europäische Yakult Forschungsinstitut im belgischen Gent eröffnet.

Weitere Informationen unter: www.yakult.de.

Weitere Informationen und Bildmaterial können Sie gerne anfordern bei:

Yakult Deutschland GmbH, Astrid Heißler, Forumstraße 2, 41468 Neuss, Tel. 02131 34 16 24, pr@yakult.de.

Sie finden uns auch auf [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) und [YouTube](#).