



PRESSEINFORMATION

Zur sofortigen Veröffentlichung!

McVitie's geht auf Deutschland-Tournee

Ab April 2014: Gebäckspezialist United Biscuits schickt BMW Minis für eine große Sampling-Promotion auf Deutschlands Straßen

Nürnberg, Januar 2014 – In England sind McVitie's die beliebtesten Kekse und gehören zur Tasse Tee wie der Big Ben zu London. Seit 2010 ist das original englische Gebäck, das weltweit in mehr als 100 Ländern vertrieben wird, in Deutschland erhältlich. Um hierzulande noch mehr Fans für die Marke zu gewinnen, sind in 2014 viele Aktionen geplant, um die leckeren Kekse probieren zu können. So startet United Biscuits nach den Osterfeiertagen eine sechswöchigen „Mini-Sampling-Promotion“, in deren Rahmen Promotion-Teams mit gebrandeten BWM Minis in ausgewählten Städten hunderttausende von Keksen verteilen werden. Ziel des britischen Herstellers ist es, auf diesem Wege mindestens eine Million Sampling-Kontakte zu erreichen.

McVitie's: Englands Gebäckmarke Nr. 1. auf Tour

Ab April 2014 werden sie auf Deutschlands Straßen, an Ampeln, auf Plätzen und in Fußgängerzonen auftauchen: Auffällige rote BMW Minis mit McVitie's-Branding und Union-Jack sowie Promotion-Teams, die hunderttausende von Sampling-Packungen mit McVitie's verteilen. Die „Mini-Sampling-Promotion“ ist eine der vielen Verkaufsförderungs-Maßnahmen in 2014, die für Kaufanreize sorgen und von denen auch der Handel profitieren soll.

„Unter der Leitidee ‚McVitie's in aller Munde‘ werden 2014 alle unsere Aktionen ganzjährig mit Verkostungen und Samplings in den Märkten sowie einer umfassenden Social Media-Kampagne und PR begleitet“ so Anja Schmeling, Marketing Managerin United Biscuits Germany. Schmeling: „Wir wissen, dass viele Verbraucher, die die Kekse von McVitie's einmal probiert haben, zum Käufer werden. Deshalb spielt das Probieren eine so große Rolle.“

Außerdem werden die parallel am Point of Sale durchgeführten Verkostungs- und Sampling-Maßnahmen mit Displays und Aktionsplatzierungen unterstützt. Eine abverkaufsstarke PoS-Mechanik und attraktives Aktionsmaterial sollen das Interesse der Verbraucher am PoS steigern. Das Vermarktungskonzept 2014 umfasst aber noch weitere Maßnahmen. Neben einer „Sofort-Gewinn-Aktion“ am PoS im Zeitraum März bis September mit 250.000 Preisen wird es zusätzlich ab April eine „Summer-Promotion“ geben und in den Monaten März und Juli wiederum Sampling-Aktionen auf stark frequentierten Plätzen mit einem echten Londoner McVitie's -Doppeldeckerbus. Damit bietet McVitie's den Verbrauchern in diesem Jahr viele unterschiedliche Touchpoints, um Marke und Produkte erleben zu können.

McVitie's: Englische Tradition und Herkunft

Mit dem Bau der ersten Kekse-Fabrik im schottischen Edinburgh begann im Jahr 1888 die Erfolgsgeschichte der „most loved british biscuits“. Bereits 1892, vor rund 120 Jahren, wurde die Rezeptur für die Digestive Kekse von dem jungen Angestellten Alexander Grant erfunden und bis heute beibehalten. Zusammen mit seiner Geschichte ziert sein Bild heute die Verpackung von McVitie's Digestive Original.

McVitie's werden aus Weizen- und Weizenvollkornmehl hergestellt, schonend gebacken und enthalten keine künstlichen Farb- und Aromastoffe. Außerdem sind die Gebäcke frei von gehärteten Pflanzenfetten. Die knusprigen Kekse schmecken köstlich und sind der perfekte Begleiter zu einer guten Tasse Tee oder Kaffee. Außerdem bieten die Kekse auf Grund ihrer Rezeptur für alle, die auf eine ausgewogene Ernährung Wert legen, eine Quelle an Ballaststoffen. McVitie's Digestive gibt es in verschiedenen Varianten, auch mit Milkschokolade, dunkler Schokolade und Karamell.

Weitere Infos im Internet unter: www.mcvities.de oder auf www.facebook.com/McVitiesDeutschland

Pressekontakt

United Biscuits
Anja Schmeling
Stirnerstraße 42
90425 Nürnberg
Fon: 49 911 37530-60
Fax: 49 911 37530-61
schmelia@unitedbiscuits.com
www.mcvities.de

UTZ pr GmbH
Oliver Utz
Seehofstraße 13
60594 Frankfurt am Main
Fon: 49 69 68977759-18
Fax: 49 69 68977759-19
o.utz@utz-pr.de
www.utz-pr.de