



**Kronkorken-Aktion noch näher am Verwender**

## **Megachance aktiviert Pils-Freunde und schafft Veltins-Markenbindung**

- **Über 7 Millionen Euro Sofortgewinne in bar**
- **Wöchentliche Verlosungen geben Chance auf 25 Autos**
- **Intensive Begleitung durch TV- und Online-Spots**

Einfach eine Flasche frisches Veltins öffnen und schon verrät der Blick unter den Kronkorken, ob ein Gewinn vorliegt – die Mechanik ist ebenso einfach wie bewährt und bei Veltins Markenfreunden beliebter denn je. So startet die Brauerei C. & A. Veltins 2021 in die neue Runde der Kronkorken-Aktion. Schon im zweiten Quartal geht es los mit der Veltins Megachance 2021 und die Verwender können sich auf mehr als 7 Mio. Euro Sofortgewinne sowie zusätzlich 25 Traumautos der Marke Mercedes-Benz freuen. „Die Veltins Megachance aktiviert unsere Markenfans immer wieder aufs Neue, darum setzen wir 2021 auf eine Neuauflage“, sagt Herbert Sollich, Marketingdirektor der Brauerei C. & A. Veltins. Verlost werden in diesem Jahr 25 Autos der Modelle Mercedes-Benz A-Klasse, Mercedes-Benz A-Klasse Hybrid, Mercedes-Benz GLC SUV und Mercedes-Benz CLA Shooting Brake. Mit einfacher Aktionsmechanik können die Codes wieder direkt online in das Benutzerkonto eingetragen oder ganz einfach mit der Veltins-App eingescannt werden. Schon mit der ersten Code-Eingabe nehmen die Teilnehmer direkt an den wöchentlichen Autoverlosungen, die nach Ostern beginnen, teil. Bis zum 30. September können die Aktionsteilnehmer ihre Gewinnbeiträge dann in ihrem virtuellen Benutzerkonto sammeln und sich auf das eigene Konto überweisen lassen. Begleitet wird die Veltins Megachance 2021 von TV- und Online-Spots sowie verkaufsfördernden Maßnahmen direkt am Point of Sale.

### **Aktion bekommt neue Impulse durch emotionalisierende Spots**

Besonderes Augenmerk liegt jedoch auf TV- und Online-Werbung. Schon Ende März ist der Megachance-TV-Spot in reichweitenstarken Sendern zu



sehen. Der Spot zeigt die Anlieferung der 25 Traumaautos im Spezialtransporter. Untermuert von akzentuiert zugespitzter Musik schlägt der Spot eine inhaltliche Brücke zum klassischen Veltins-Spot und dem zugehörigen Claim „Leidenschaft ist, was uns verbindet. Frisches Veltins.“. Begleitet wird die TV-Kampagne im Laufe der Frühlings- und Sommermonate mit unterschiedlichen Highlight-Spots, die in den Social-Media-Kanälen verbreitet werden, sowie kurzweiligen Formaten mit kreativen Flaschenöffnungs-Videos. „Durch die verschiedenen Spots wird die Veltins Megachance mit neuen Impulsen und emotionalisierenden Bewegtbildern nochmals attraktiver. Mit der breiten Streuung über TV und Social-Media-Kanäle sind wir so noch näher an unseren Markenfreunden“, so Herbert Sollich.

#### **Das Unternehmen im Porträt**

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2020 einen Umsatz von 342 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 2,94 Mio. hl. Zum Sortenportfolio zählt Veltins Pilsener und die Marke Veltins mit einem breiten Angebot von Radler, Alkoholfrei, Malz und Fassbrause in den Sorten Zitrone, Holunder, Mango-Maracuja und Cola-Orange. Hinzu kommt die Spezialitätenmarke Grevensteiner mit dem Landbier Grevensteiner Original, Grevensteiner Natur-Radler und Grevensteiner Naturtrübes Helles. Außerdem gehört die Biermix-Range V+ mit insgesamt fünf Sorten zum Produktangebot. Mit dem Pülleken hält die Brauerei darüber hinaus ein mild-süffiges Hellbier bereit. Der Mehrweganteil liegt bei 94%.

#### **Ansprechpartner**

Ulrich Biene, Telefon: 02934 – 959 325, [ulrich.biene@veltins.de](mailto:ulrich.biene@veltins.de)

Weitere Informationen der Brauerei C. & A. VELTINS im Internet verfügbar:

[www.bierpresse.de](http://www.bierpresse.de), [www.veltins.de](http://www.veltins.de), [www.vplus.de](http://www.vplus.de)