



Schwung mitnehmen und bei Verwendern punkten

Markenaktivierung: Veltins will Pülleken-Erfolg 2022 ausbauen

- **Aufsteller sorgen am PoS für Aufmerksamkeit**
- **Pülleken startet neue TV- und Hörfunkkampagne**

Das Pülleken in der handlichen Drittel-Liter-Flasche in Euro-Flaschen-Optik mit dem tänzelnden Harlekin auf dem impulsstarken Etikett ist in wenigen Monaten zu einem Sympathieträger für einen neuen Biergeschmack und für eine neue Marke mit regionaler Prägung geworden. Das noch junge Produkt der Brauerei C. & A. Veltins nimmt gerade einen erfreulichen Erfolgsweg und übertraf mit einem Ausstoß von über 200.000 hl im Geschäftsjahr 2021 alle Erwartungen. An diesen Erfolg wird die Brauerei C. & A. Veltins im Jahr 2022 weiter anknüpfen, immerhin ist das Pülleken die erfolgreichste Einführung in der Geschichte des Grevensteiner Familienunternehmens. Nie zuvor konnte ein Neuprodukt der Premium-Brauerei innerhalb von so kurzer Marktpräsenz und dazu noch unter hartem Wettbewerbsdruck im Handel so überzeugend wirken. „Sowohl der rasche Distributionsaufbau als auch die Wiederkäufe der Verbraucher beweisen die hohe Sympathie und lassen eine weiter steigende Nachfrage erwarten. Als Veltins-Antwort auf einen unbeschwerten Biergenuss in schwieriger Zeit konnte das junge Produkt ein deutliches Markenstatement setzen“, sagt Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins. „Es war die richtige Entscheidung, mit einem innovativen Produkt- und Markenkonzept den Sortentrend des Hellen völlig neu zu interpretieren.“ Das Pülleken schafft eine deutliche Differenzierung zur weißblauen Sortenfolklore, die dem Verbraucher wenig Orientierung bietet.

Das Konzept des Püllekens funktioniert, weil mit seiner Leichtigkeit im optischen Auftritt und dem süffigen Geschmack des Sortencharakters des Hellen jene Schubkraft gegeben wurde, die einen raschen Markterfolg als Grundvoraussetzung erst möglich machen. „Diesen Schwung nehmen wir mit in den Sommer 2022 und werden die Distribution weiter ausbauen. Wir



sind davon überzeugt, dass das helle Pülleken den Menschen auch weiterhin ein Gefühl von Unbeschwertheit und Unbefangenheit nach Hause bringen wird und dabei genau den richtigen Ton in der Ansprache und den passenden Geschmack im Genuss trifft“, so Dr. Volker Kuhl.

So sorgt die Brauerei C. & A. Veltins passend zum Frühsommer-Start mit Impulsen im Handel für Aufmerksamkeit. Übergroße Aufsteller in Form eines Retrobullis zogen schon 2021 alle Blicke auf sich. Nochmals modifiziert wird er im Handel – auch als attraktive Zweitplatzierung – für begeisternde Präsenz sorgen. Als Alternative gibt es auch die zwei Protagonisten des Flaschenetiketts als mannshohe Aufsteller zur impulsstarken Umrahmung von Pülleken-Kästen oder Displays. Dr. Volker Kuhl: „Die Maßnahmen am Point of Sale rücken das Produkt in den Fokus und sorgen überdies für steigende Abverkäufe im Handel.“ Überdies stehen auch durchdringende Kommunikationsmaßnahmen für das Pülleken fest. Dr. Volker Kuhl: „Aus Erfahrung wissen wir, dass unser Pülleken TV-Spot im letzten Jahr für Aufmerksamkeit und reichweitenstarke Begeisterung gesorgt hat.“ Erstmals wurden die Protagonisten des Etiketts für den TV-Bildschirm zum Leben erweckt und sorgten in zwei TV-Flights für Aha-Effekte und Wiedererkennung. Mit einer Neuauflage bringt die Brauerei C. & A. VELTINS die beiden Männchen und den Harlekin wieder auf die heimischen Fernsehbildschirme. Eine Funkkampagne soll zudem weitere Verbraucher aktivieren.

Das Unternehmen im Porträt

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2021 einen Umsatz von 362 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 3,095 Mio. hl. Zum Sortenportfolio zählen 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-süßfiges Hellbier bereit. Der Mehrweganteil liegt bei 92%.

Ansprechpartner

Ulrich Biene, Telefon: 02934 – 959 325, ulrich.biene@veltins.de
Weitere Informationen der Brauerei C. & A. VELTINS im Internet verfügbar:
www.bierpresse.de, www.veltins.de, www.vplus.de