



Das sympathische Helle für die Gastronomie

Genuss des hellen Pülleken frisch vom Fass erlebbar

- **Geschmacksimpuls für das Thekengeschäft**
- **Erfolgreiche Markenwelt belebt Gastronomie-Geschäft**

Der Genuss und die Markenwelt des hellen Pülleken sind endlich auch in der Gastronomie erlebbar. Auf vielfachen Wunsch rollen die neuen Pülleken-Fässer jetzt untern Tresen – das junge Helle gibt's frisch gezapft. Diese Aktivierung des Biergeschäfts wird ein sympathischer Impuls im Thekengeschäft sein, denn es ist schon etwas Besonderes, wenn die Gastronomie nach einem Fassbier ruft: „Wir motivieren Gastronomiepartner und Gäste gleichermaßen, sich einfach von der Marken- und Sortenbegeisterung vieler Menschen im ganzen Land mittragen zu lassen“, so Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins.

Begleitendes Marken-Equipment für die Fassbier-Premiere

Mit der Fassbier-Premiere des hellen Pülleken gelingt in der Gastronomie die Leichtigkeit des Biergenusses – auf dem Glas künden die drei Protagonisten von der kommunikativen Fassbiergeselligkeit. Das süffige helle Pülleken mit 5,2 % vol. Alkohol im 30-Liter-KEG mit unübersehbarer Veltins-Markenreputation ist gerade in die Auslieferung gegangen und die zahlreichen Vorbestellungen signalisieren gastronomischen Zuspruch. Dr. Volker Kuhl: „Wir haben das Pülleken vom Fass zuvor in umfangreichen gastronomischen Markttests geprüft und bei Gästen eine durchweg positive Resonanz gefunden.“ Grund genug also, das erste Anschlag des neuen Fassbiers am gastronomischen Zapfhahn mit passendem Marken-Equipment zu begleiten. Der konturgestanzte Thekenaufsteller mit den drei bekannten Protagonisten des Etiketts, aber auch Tischaufsteller und das unverzichtbare Zapfhahn-Schild sorgen in der Gastronomie fortan für viel Aufmerksamkeit. Für den perfekten Biergenuss stehen mit dem typischen



Brauhaus-Becher passende Markengläser in den Größen 0,3l und 0,5l zur Verfügung. Abgerundet wird die Fassbierpräsenz mit der hölzernen „Bierplanke“, sodass sechs 0,3l-Gläser helles Pülleken „am Stück“ serviert werden können. Das sorgt für echte Hingucker am Tisch und steigert die Freude beim Genuss des süffig-milden Hellbiers. „Drei Jahre nach Einführung des hellen Pülleken sind die Nachfrage und Begeisterung für Geschmacks- und Markenwelt unverändert groß. Das individuelle Produkt-Marken-Konzept gibt uns Recht und schafft ein klares Bierprofil“, so Dr. Volker Kuhl. „Es war damit eine logische Schlussfolgerung, rechtzeitig zum Herbstbeginn den nächsten Schritt zu gehen und das Pülleken in der Gastronomie an den Hahn zu bringen.“

Bildzeile 1: Frisch vom Fass schafft das helle Pülleken nun auch Genusserlebnisse in der Gastronomie.

Bildzeile 2: Im Brauhaus-Becher mit Markenbranding wird das frisch gezapfte Pülleken in der Gastronomie serviert.

Das Unternehmen im Porträt

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2022 einen Umsatz von 419 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 3,36 Mio. hl. Zum Sortenportfolio zählen Veltins Pilsener und die Marke Veltins mit einem breiten Angebot von Radler, Alkoholfrei, Radler Alkoholfrei und Veltins Fassbrause in sechs unterschiedlichen Geschmacksrichtungen. 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 92,5%.

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