



PRESSEINFORMATION

Zur sofortigen Veröffentlichung!

McVitie's auf Wachstumskurs in Deutschland

Die britische Gebäckmarke erlebt 2014 ihr bislang erfolgreichstes Jahr im deutschen Markt / Weiterer Distributionsausbau bleibt vorrangige Zielsetzung

Nürnberg, Februar 2015 – Der britische Kekspanzer United Biscuits hatte sich bis Ende 2010 Zeit gelassen, seine international erfolgreiche Gebäckmarke McVitie's auch in Deutschland einzuführen. Nach vier Jahren intensiver Aufbauarbeit zeigt sich, dass der Markteintritt strategisch gut gewählt und sich die Investitionen in Marketing und Vertrieb auszahlen: McVitie's ist auf Wachstumskurs. 2014 war das bislang erfolgreichste Jahr für die Briten im deutschen Markt. Im vergangenen Jahr ist die Marke um stolze 53 Prozent in der Menge und 45 Prozent im Wert gewachsen. Einen wichtigen Beitrag zum Wachstum hatte die Marketing-Kampagne „McVitie's in aller Munde“ 2014 geleistet, die allein über eine Million Probierkontakte generiert hatte. Im abgelaufenen Jahr entscheidend für den Wachstumsschub war der Effekt von ausgebauter Distribution und höherer Nachfrage pro Geschäft.

McVitie's ist im Heimatland Großbritannien seit Jahrzehnten die Keksmarke Nummer eins. McVitie's produziert rund 2 Milliarden Kekse pro Jahr, die in über 100 Ländern weltweit verkauft werden. Für den deutschen Markt ist weiterhin der Distributionsausbau das vorrangigste Ziel, begleitet von der schrittweisen Erhöhung des Marktanteils. Anja Schmeling, Marketing-Manager United Biscuits Germany: „Ich spüre, dass wir die Früchte unserer Aufbauarbeit der letzten Jahre ernten, und damit meine ich nicht nur die Aktivitäten des Marketings von United Biscuits, sondern insbesondere auch das unermüdliche Engagement unseres Vertriebspartners Genuport. Unser langfristiges Ziel ist es aber, McVitie's neben den in Deutschland etablierten Gebäckmarken als weitere große Marke aufzubauen - eine Nische wollen wir mit Sicherheit nicht besetzen.“

Fortsetzung der Marketing-Kampagne

Die erfolgreiche Marketing-Kampagne des letzten Jahres, „McVitie's in aller Munde“, wird am PoS, in der PR, Social Media und der Klassik 2015 konsequent fortgeführt. Erstmals wird McVitie's auch eine Marke im TV: Ab Februar 2015 startet ein vierwöchiger Flight, der mindestens 2,4 Mio. Nettokontakte in der Zielgruppe generieren wird - als Testballon für weitere TV-Präsenz in diesem Jahr.

Im Zeitraum von Januar bis Mai 2015 findet bundesweit im Handel die Aktion „Jetzt McVitie’s gratis testen!“ statt. Die Vkf-Aktion wird von aufmerksamkeitsstarken Displays mit Topschild und Aktionsplatzierungen in den Märkten unterstützt. In den Mischdisplays sind McVitie’s Digestive in den Sorten „The Original“; „Milk Chocolate“ sowie „Dark Chocolate“ sortiert. Auf allen Aktionspackungen befindet sich ein Aktionscode, mit dem sich Verbraucher auf www.mcvities.de registrieren können. Dann müssen nur noch Kontakt- und Kundendaten eingegeben werden und es gibt das Geld aufs Konto zurück.

Das Sortiment in Deutschland

McVitie’s Digestive werden aus Weizen- und Weizenvollkornmehl hergestellt und schonend gebacken. Die runden Weizenkekse enthalten keine künstlichen Farb- und Aromastoffe und sind frei von gehärteten Pflanzenfetten. Außerdem bieten sie auf Grund ihrer Rezeptur für alle, die auf eine ausgewogene Ernährung Wert legen, eine Quelle an Ballaststoffen. Das knusprig-feine Gebäck gibt es auch halbseitig mit Milkschokolade oder dunkler Schokolade überzogen sowie in eine Variante mit cremig-weichem Karamell und feiner Vollmilkschokolade.

McVitie’s HobNobs bestehen aus Haferflocken (38 %) sowie Weizenvollkornmehl und sind reich an Ballaststoffen. Sie enthalten weder künstliche Aromen, noch Farbstoffe oder gehärtete Fette. Hobnobs sind purer Knusperspaß für die ganze Familie.

„The most loved British biscuits“ sind rund um den Globus beliebt: Würde man die in einem Jahr hergestellten McVitie’s Kekse aneinanderlegen, könnte man die Erde viermal umrunden.

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

Besuchen Sie McVitie’s auf der iSM 2015 in Köln:

Halle 10.2
Genuport Trade AG
Stände D010 E011, D018

Pressekontakt

United Biscuits Germany
Anja Schmeling
Stirnerstraße 42
90425 Nürnberg
Fon: +49 (0)911/37 530-60
Fax: +49 (0)911/37 530-61
schmelia@unitedbiscuits.com
www.mcvities.de

UTZ pr GmbH
Oliver Utz
Vilbeler Landstraße 226a
60388 Frankfurt am Main
Fon: +49 (0)6109/96 68-888
Fax: +49 (0)6109/96 68-309
o.utz@utz-pr.de
www.utz-pr.de