



# PRESSEINFORMATION

*Datum: 03.09.08*

*Seite 1 von 3*

## Etat

## TAS Emotional Marketing bringt für die Molkerei Alois Müller Deutschland in Schwung

Essen, 3. September 2008 – Für den neuen Kunden, die Alois Müller Molkerei, hat die Agentur TAS Emotional Marketing der Trimm-Dich-Bewegung zum großen Comeback verholfen. Die Essener Agentur konzipierte und realisierte die Eröffnung von bis zu 500 Quadratmeter großen Sportparcours in ganz Deutschland. Zum 360 Grad vernetzten Marketing- und Kommunikationskonzept gehören "Müller Familienfeste", bei denen die Molkerei den jeweiligen Städten einen fertigen Sportparcours schenkt. Zur Premiere in Münster kamen 1.600 neue Trimm-Dich-Fans.

"Wir haben für Müller eine Themenplattform entwickelt, die zum Markenkern passt und gleichzeitig einen aktuellen gesellschaftlichen Trend aufgreift: Spaß an gesunder Ernährung und Bewegung," sagte Thomas Siepman, Geschäftsführer bei TAS Emotional Marketing. Der Erfolg der Auftaktveranstaltung zeige, dass man genau den Nerv der Zeit getroffen habe.

In diesem Jahr ist die Eröffnung von drei weiteren "Müller Trimm Dich-Parcours" geplant: Auch in Duisburg, Leipzig und München kann man sich demnächst in Schwung bringen. TAS relaunchte die aus den 70er Jahren bekannte Trimm Dich-Kampagne und entwickelte in Kooperation mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) Sportanlagen mit bis zu sieben Stationen. Die hochmodernen Sportgeräte verbessern Koordinationsfähigkeit, Kraft und Beweglichkeit.



Emotional  
Marketing

# PRESSEINFORMATION

*Datum: 03.09.08*

*Seite 2 von 3*

Neu ist, dass die "Müller Trimm Dich-Parcours" zentrumsnah und somit für jeden leicht zu erreichen sind. Das bekannte Maskottchen "Trimmy" bekam ein neues Outfit und eine neue Frisur.

Mit unterstützenden Kommunikationsmaßnahmen und Personal Promotions kündigt TAS jeweils eine Woche lang im Vorfeld an, dass Müller der jeweiligen Stadt einen Trimm Dich-Parcours schenkt. Promoter, Walking Act Trimmy und ein über drei Meter hoher Müllermilchbecher versprechen dabei die nötige Aufmerksamkeit. Witziges Detail der Promotion ist ein Gewinnspiel, bei dem Interessierte durch die Abgabe eines alten Paar Turnschuhe einen Aktivurlaub gewinnen können.

Für 2009 sind weitere Parcours-Eröffnungen und zusätzliche PoS-Marketing-Maßnahmen geplant.

TAS Emotional Marketing steht für Full Service im Bereich der 360 Grad-Kommunikation. Neben der Live-Kommunikation und dem POS-Marketing belegt die 1990 gegründete Essener Agentur auch die Bereiche Public Relations sowie Sponsoring und Neue Medien. Zu den besonderen Stärken der Agentur gehören die strategische Planung, Beratung, Konzeption und Umsetzung von ganzheitlichen Markenformaten. TAS beschäftigt 80 fest angestellte Mitarbeiter. Weitere Informationen unter [www.tas-agentur.de](http://www.tas-agentur.de)

# PRESSEINFORMATION

Datum: 03.09.08

Seite 3 von 3

## Vorschau Bildmaterial:

(Abdruck honorarfrei in Verbindung mit der Quellenangabe "TAS Emotional Marketing GmbH". Beleg erbeten.)



Logo TAS Emotional Marketing GmbH



Logo Molkerei Alois Müller



Trimmy das Maskottchen



Eventaufbau Duisburg



Neben den neuen Sportgeräten und der Verkostung versetzten u.a. Kinderschminken, eine Luftballonstation und Walking Act Trimmy die Besucher des Müller Familienfestes in gute Stimmung.

## Pressekontakt:

TAS Emotional Marketing GmbH

Maria Spitzbarth · Max-Keith-Straße 66 · 45136 Essen

T 0201 - 84 224 60 · F 0201 - 84 224 395

Email [presse@tas-agentur.de](mailto:presse@tas-agentur.de)