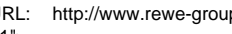




PENNY FEIERT 40. GEBURTSTAG MIT NEUEM TV-SPOT, TREUEAKTION UND ONLINE-PLATTFORM

PENNY FEIERT 40. GEBURTSTAG MIT NEUEM TV-SPOT, TREUEAKTION UND ONLINE-PLATTFORM
Ab 28. Juli startet Kommunikation unter dem Geburtstagsmotto "Wir feiern den Alltag". Zum 40. Geburtstag startet PENNY eine neue nationale TV-Kampagne: Die Spots sind ab 28. Juli auf reichenweitenstarken Sendern (ARD, RTL, SAT1, VOX und Kabel Eins) zu sehen. Unter dem Motto "Wir feiern den Alltag" zeigen die Spots unterschiedliche Alltagsherausforderungen und -erfolge - zum Beispiel den Tausch des ungeliebten Pausenbrottes, das Erreichen des Busses in letzter Sekunde oder den Erfolg beim Abnehmen. Für die Kreation zeichnet die Agentur Service-plan verantwortlich. Klassische Kommunikationsmittel wie Handzettel, Werbemedien in den Märkten und das in diesem Jahr gestartete kostenlose Kundenmagazin "Mittendrin" ergänzen die Geburtstagskundenkommunikation.
Die TV-Spots zeigen in Verbindung mit den klassischen Marketingaktivitäten die kleinen Erfolge des Alltags. Wir feiern mit der integrierten Kampagne die Momente, die oft zu kurz kommen. Wir zeigen damit: PENNY ist nicht nur ein Nahversorger, sondern auch nah am Kunden und dessen Alltag, Martin Wiedersich, PENNY-Marketingleiter.
Wir positionieren PENNY seit Anfang des vergangenen Jahres neu. Mittelweile haben wir 1.000 der rund 2.250 Filialen auf das neue Konzept umgestellt. Parallel arbeiten wir an den Sortimenten. Unter PENNY haben wir mittlerweile mehr als 200 Eigenmarken-Produkte. Vier Jahrzehnte nach der Eröffnung des ersten Marktes in Limburg sind wir stolz auf das Erreichte und die Leistung unserer Mitarbeiter - auch sie meistern jeden Tag erfolgreich kleine und große Hürden", sagt Stefan Magel, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb. Flankiert werden die TV-Spots und die übrigen Marketingaktivitäten von einem eigenen interaktiven Online-Auftritt (www.wirfeierndenalltag.de). Dort finden Nutzer ab Sonntag Tipps, Tricks und Rezepte rund um den Alltag und können auch eigene Ideen hochladen. Die besten Beiträge werden prämiert und anschließend in einem Download-Alltagshelfer veröffentlicht.
Bundesweite Treueaktion "Knuddelvitamine" - Die acht Hauptdarsteller der Treueaktion "Knuddelvitamine" Anna Aubergine, Betty Birne, Karla Karotte, Benno Banane, Kai und Kitty Kirsche, Karl Knoblauch, Eddie Erdbeere und Bernd Brokkoli sollen große und kleine PENNY-Kunden animieren, mehr der vegetarischen Muntermacher zu essen.
Während des Aktionszeitraums erhalten PENNY Kunden mit 50 Treuepunkten gegen eine Zuzahlung von 0,99 Euro eines der acht Plüsch-Knuddelvitamine. Einen Treuepunkt gibt es ab 5 Euro Einkaufswert (ausgenommen Tabakwaren, Verlagserzeugnisse, Leergut, Telefonkarten, Geschenkgutscheine inkl. iTunes.). Kostenlose Sammelhefte gibt es in allen PENNY-Märkten oder als Download (www.penny.de). Ausgewählte und entsprechend gekennzeichnete Produkte bringen beim Kauf zusätzliche Sammel-Punkte. Die Treuepunkte werden bis Samstag, 28. September 2013, ausgegeben. Die kompletten Sammelhefte können bis Samstag (5.10.) in allen PENNY Märkten in Deutschland eingelöst werden.
PENNY erzielte 2012 mit rund 2.250 Filialen und über 27.000 Beschäftigten allein in Deutschland einen Umsatz von annähernd sieben Milliarden Euro. Einschließlich der Aktivitäten im Ausland erwirtschaftet PENNY mit 3.600 Filialen und 46.000 Mitarbeitern einen Umsatz von über zehn Milliarden Euro.
REWE-Zentral-Aktiengesellschaft
Domstraße 20
50668 Köln
Deutschland
Telefon: 0221-149-0
Telefax: 0221-149-9000
Mail: presse(at)rewe-group.com
URL: http://www.rewe-group.com/ 

Pressekontakt

Rewe Group

50668 Köln

rewe-group.com/
presse(at)rewe-group.com

Firmenkontakt

Rewe Group

50668 Köln

rewe-group.com/
presse(at)rewe-group.com

Vorstand Alain Caparros (Vorsitzender) Manfred Esser Jan Kunath Dr. Christian Mielsch Lionel Souque Frank Wiemer Aufsichtsratsvorsitzender Herr Dr. Klaus Burghard Handelsregister Amtsgericht Köln HRB 5281 Umsatzsteueridentifikationsnummer DE 122 789 648