



Trinken für Gold: Molkerei Müller kooperiert mit Stiftung Deutsche Sporthilfe

Sportsfreunde Müller: Jeder Schluck zählt

Aretsried, 31. März 2016. Ganz schön sportlich zeigen sich ab sofort die sieben beliebten Müllermilch Standardsorten: Passend zum Motto ´Trinken für Gold´ haben sich die Flaschen in ihr sportliches Aktionsdesign geworfen und verstecken auf der Innenseite der Verpackung einen von insgesamt 63 Stickern mit erfolgversprechenden deutschen Sportlern aus unterschiedlichsten Disziplinen. Das passende Aktionssammelheft mit spannenden Hintergrundinformationen und Trainingsplänen finden Sammler im Handel. Zugleich sind die Müllermilch-Flaschen echte Sportsfreunde: Für jede verkaufte Flasche spendet die Molkerei Müller einen Cent an die Deutsche Sporthilfe. Auf www.trinken-fuer-gold.de informiert das Centbarometer zum aktuellen Stand und hält noch mehr Wissenswertes für Sportfans bereit. Vier TV-Spots auf allen reichweitenstarken Sendern flankieren die Aktion. Startschuss für ´Trinken für Gold´ ist der 1. April, Zieleinlauf ist am 30. Juni 2016. Auf die Plätze! Fertig? Zum Kühlregal!

Die Molkerei Müller macht ihre sieben leckeren Müllermilch Standardsorten ab sofort zu echten Sportsfreunden: In Kooperation mit der Deutschen Sporthilfe geht pro verkaufter Flasche ein Cent an die private Stiftung: „Thomas und Gerd Müller, Jürgen Klinsmann oder die Deutsche Fußballnationalmannschaft – die Molkerei Müller und der Sport sind Teamplayer mit langer Tradition“, sagt Ute Schubert, Marketingleitung bei der Molkerei Müller und fährt fort: „Die muntermachende Komponente der Müllermilch in Kombination mit leckerem Geschmack passt zum sportlichen Lebensstil. Und weil man nur im Team sportlich erfolgreich ist, freuen wir uns über die Kooperation mit der Deutschen Sporthilfe.“

Als private Stiftung finanziert sich die Deutsche Sporthilfe ausschließlich durch Spenden sowie verschiedene Fundraising-Initiativen und fördert Nachwuchs- und Spitzensportler aus allen Disziplinen ideell und materiell.

Im Aktionszeitraum kommen die Müllermilch Standardsorten im speziellen Flaschendesign. Zudem befindet sich in der Innenseite der Verpackung einer von insgesamt 63 Stickern mit illustrierten Abbildungen verschiedener Sportler. Darunter sind erfolgreiche Athleten wie die Olympiasiegerinnen im Teamsprint von London, Miriam



Welte und Kristina Vogel, der Weltmeister im Ringen, Frank Stäbler, und die WM-Dritte im Schwebebalken, Pauline Schäfer. Jede Müllermilch-Sorte entspricht bestimmten sportlichen Disziplinen: Hinter der Sorte Schoko verbergen sich Wurf- und Stoßdisziplinen sowie Schießsportarten, Erdbeere steht für Leichtathletik, Pistazie Cocos für Turnen und Gewichtheben. Bei der Sorte KiBa lassen sich Kampfsportarten entdecken, Banane fährt auf Rad- und Reitsportarten ab, Vanilla zieht für Schwimm- und Wassersportarten ihre Bahnen und bei Nocciola Nuss dreht sich alles um Ballsportarten.

Sportfans können die Sticker sammeln und in das passende Aktionssammelheft einkleben. Das Heft mit fünf Stickern ist kostenfrei im Handel erhältlich und hält zusätzlich interessante Informationen zu verschiedenen Sportarten, Trainingspläne von Profi-Triathleten und Ruderern sowie ein Interview mit Taekwondo-Athletin Yanna Schneider bereit.

Die Molkerei Müller flankiert die Aktion durch vier TV-Spots: Von April an laufen die Werbespots mit Heinrich Popow, Paralympics-Sieger im 100-Meter-Sprint, Elena Richter, Europameisterin im Bogenschießen, Yanna Schneider, Junioren-Weltmeisterin im Taekwondo, und dem zweimaligen Kugelstoß-Weltmeister David Storl auf allen reichweitenstarken TV-Sendern, in Funk-Spots und auf der Webseite www.trinken-fuer-gold.de. Hier finden Sportbegeisterte das Spendenbarometer mit dem tagesaktuellen Spendenstand sowie zusätzliche Informationen zu den Sportlern. Die Deutsche Sporthilfe integriert die Aktion auch auf all ihren Kommunikationskanälen.

Die Aktion Trinken für Gold startet am 1. April und endet am 30. Juni 2016.

Bitte beachten Sie: Alle Bildrechte liegen bei der Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG

Über die Unternehmensgruppe Theo Müller

Die Holding steuert im Molkerei-Segment die Geschäfte von Tochterunternehmen mit eigenständigen starken Marken: Müller, Müller Milk & Ingredients, Weihenstephan, Sachsenmilch und Käserei Loose.

Handelsmarken und Basis-Milchprodukte wie Butter, H-Milch, Laktosepulver und Molkeprotein ergänzen das Portfolio. Neben den Milch verarbeitenden Töchtern gehören das Verpackungsunternehmen Optipack, das firmeneigene Logistikunternehmen Culina und Müller Naturfarm, eines der größten Frucht verarbeitenden Unternehmen in Deutschland, zur Unternehmensgruppe.

Teil der Unternehmensgruppe sind auch Aktivitäten im Bereich Convenience Food. Die Produktpalette umfasst damit auch namhafte Marken im Segment gekühlte Feinkostsalate, Saucen und Fischspezialitäten wie Homann, Nadler und weitere Marken der Homann-Gruppe. Außerdem ist das Filialgeschäft von Nordsee Teil der Gruppe. Die Unternehmen der Gruppe unter der Führung von CEO Ronald Kers, Rob Scholte und Dr. Henrik Bauwens stehen für 27.000 Beschäftigte und einen Jahresumsatz von rund 6,5 Milliarden Euro.
www.muellergroup.com



Unternehmenskontakt

Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG
Zollerstraße 7, 86850 Aretsried

Nicole Schneider, Tel. +49 8236 999 – 8354
E-Mail: presse@muellermilch.de
<http://www.muellermilch.de>

Pressekontakt

epr – elsässer public relations,
Maximilianstraße 50, 86150 Augsburg

Cornelie Elsässer, Tel: +49 – (0)821 – 4508 7910, ce@epr-online.de
Frauke Schütz, Tel: +49 – (0)821 – 4508 7916, fs@epr-online.de
www.epr-online.de