



www.zielpunkt.at

Zielpunkt sucht für *Mundl Bier Up* Kalender ‚Echte Kerle aus Hopfen und Malz‘

- Promotion: Mundl Scouts suchen ‚net deppate‘ Kandidaten in Freibädern
- Die schönsten Bierbäuche stehen zum Online-Voting bereit
- Teilnahme noch bis 31.8.2010 möglich
- www.mundlbier.at durch enorme Zugriffe teilweise überlastet

(Wien, 29.7.2010; Zielpunkt): Vor dem Start des zweiten Mundl-Kinofilms sucht der heimische Diskont-Supermarkt Zielpunkt ‚Echte Kerle aus Hopfen und Malz‘ als Kalendermodels. „Unsere *Mundl-Scouts* sind aktuell in Österreichs Freibädern unterwegs, um die schönsten Bierbäuche zu sichten und abzufotografieren. Auf www.mundlbier.at stimmt die Internet-Community ab, wer als Pin-Up in den Mundl-Kalender 2011 aufgenommen werden soll“, erklärt Mag. Jeanne Lighthart, Marketingleiterin bei Zielpunkt, die Kampagne.

Mundl Bier ist Erfolgsgeschichte

Das 2008 zum Start des ersten Mundl Kinofilms als ‚Gag‘ lancierte *Mundl-Bier* erfreut sich derartig großer Nachfrage, dass es fix ins Sortiment des Diskont-Supermarkt aufgenommen wurde. Angeregt durch diesen Erfolg wurde 2010 der erste *Mundl Bier Up* Kalender ins Leben gerufen.

Net deppat: (Bier-)Bauch herzeigen, Foto noch bis Ende August hochladen und Profi-Fotoshooting gewinnen

Für den Kalender 2011 wird noch eifrig nach ‚Models‘ gesucht: Mutige Herren lassen sich entweder direkt im Freibad im Mundl-Look stylen oder laden Fotos auf die Plattform www.mundlbier.at. Die Internet-User wählen die Top-30 Kandidaten, die sich dann einer Fachjury stellen. Die zwölf witzigsten Mundl-Look-Alikes werden dann für den *Mundl Bier Up* Kalender 2011 von einem Profi-Fotografen in Anlehnung an die berühmten ‚Kollegen‘ Pirelli- und Jungbauernkalender stilecht in Mundl-Szene gesetzt.



„Offensichtlich findet es die heimische Männerwelt wunderbar, nicht den Bauch einziehen zu müssen, um mächtig Eindruck zu schinden. Die Vielzahl an Bewerbungen und abgegebenen Stimmen zeigt uns, dass der ‚waschechte Mundl‘ sehr beliebt ist“, schmunzelt Lighthart. Server-Überlastungen durch heftige Zugriffe zeugen von einer gelungenen Aktion.

Online Stylings-Tipps für coole Mundl-Pin Ups

Schnauzbart, Koteletten, Feinripp-Leibchen, Schlapfen für den perfekten Auftritt und natürlich das obligate Bier gehören zum echten Mundl-Outfit. Wie kreativ die heimische Männerwelt diese Vorgabe umsetzt, kann im Internet bewundert werden.

Bis 31.8.2010 können auf www.mundlbier.at Kandidaten gewählt und Fotos hochgeladen werden.

Über Zielpunkt:

Zielpunkt vereinigt heute „das Beste aus zwei Welten“ – ein breites Sortiment an Markenartikeln und derzeit ca. 600 Artikel zu Diskontpreisen. Zielpunkt betreibt österreichweit 300 Filialen und beschäftigt knapp 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2009 waren 120 Lehrlinge bei Zielpunkt in Ausbildung; für 2010 sollen 75 weitere Lehrstellen besetzt werden.

Rückfragehinweis:

Martina Tuma

ACCEDO Austria

Tel.: 01 / 533 87 00-15

Fax.: 01 / 533 87 00-20

martina.tuma@accedogroup.com

www.accedogroup.com