**XXL-Sampling:**

**effect® PUSHD in 30.000 OPEL Snacktüten**

Neuer Taste überrascht Autofahrer mit innovativem Geschmackserlebnis

**Paderborn, 27. Juli 2017. Von September 2017 bis Januar 2018 ist es wieder so weit: Das bekannte und beliebte OPEL Snacktüten Sampling geht in die nächste Runde. 30.000 Tüten werden auf Straßen, Parkplätzen und in Innenstadtbereichen verteilt. Neben einer Beilage, einem attraktivem Gutschein eines lokalen Opel Service Partners sowie „Nervennahrung“ findet man auch je eine Dose effect® PUSHD in den Snacktüten.**

effect® PUSHD ist neben den Sorten PUSHD TRULY ZERO, GRAVITY und VOLTAGE einer der vier neuen Tastes der Nr. 1 der Energy Drinks aus Deutschland. Mit seinem einzigartigen Taste sorgt das Produkt für ein völlig neues Geschmackserlebnis im Bereich der Softdrinks. Zudem eignet es sich durch seine Inhaltsstoffe bestens für den Konsum während der Autofahrt: „Unsere neuen Tastes sind mit Ginseng, Guarana und speziellem Vitaminkomplex angereichert. Diese funktionellen Zusätze aktivieren und steigern die Leistungsfähigkeit – perfekt für längere Autofahrten, um die Konzentration im Straßenverkehr hochzuhalten“, so Cord Hendryck Vinke, Marketing Director bei MBG.

**Außergewöhnlicher Taste und überraschendes Design**

So neu die Sorte effect® PUSHD ist, so überraschend kommt sie daher: Der völlig innovative Geschmack und das außergewöhnliche Outfit begeistern treue Marken-Fans sowie neue Verbrauer gleichermaßen. Ein echter Hingucker ist das Camouflage-Design, das auf die effect®-typische rote Signalfarbe trifft. „Das Dosendesign ist polarisierend – genau so wie der Geschmack. Süßlich und anregend auf der Zunge, pushed dieser Taste den Konsumenten in eine völlig neue Geschmackswelt“, ist sich Cord Hendryck Vinke sicher.

**Kleine Geste – große Wirkung**

Diese neue Geschmackswelt teilt auch OPEL in seinem Sampling, bei dem über fünf Monate insgesamt 30.000 Snacktüten verteilt werden. Die Zielgruppe umfasst Autofahrer im Alter von 20 bis 49 Jahren. Neben Einfallstraßen und Kreuzungen werden die Tüten auch in Parkhäusern und auf Parkplätzen von Einkaufszentren, Möbelhäusern sowie in Innenstadtbereichen verteilt.

Durch den intensiven Kundenkontakt im privaten Umfeld „Auto“ beschäftigen sich die Konsumenten im Auto oder während der Wartezeit beim Händler länger mit den Produkten. Die Snacktüten bieten also einen Mehrwert für Kunden und Marken gleichermaßen und dienen zur Imageförderung und Neukundenakquise für OPEL und effect®. „Wir freuen uns, Teil des OPEL Snacktüten Samplings zu sein. Alle Teilnehmer können sich ebenfalls schon freuen – auf ein völlig neues Geschmackserlebnis“, so Cord Hendryck Vinke.

Für alle, die die neuen effect®-Sorten PUSHD, PUSHD TRULY ZERO, GRAVITY und VOLTAGE schon jetzt probieren wollen: Die Tastes sind als 0,33 l Dose im 12 x 0,33 l Tray erhältlich. Die UVP pro Dose liegt bei 0,99 Euro.

**Über effect®**

Seit seiner Markteinführung im Jahre 2002 ist die Premium Marke effect® zu einer festen Größe in der Gastronomie und im Handel geworden und hat bei seinen Fans einen echten Kultstatus erreicht. Ausgehend von der Gastronomie, in der sich die Marke mit Brandings und Einrichtungselementen prominent in Szene setzt, lässt sich der Energy Drink mittlerweile bundesweit in mehr als 7.000 Objekten finden. Weltweit ist effect® bereits in 56 Ländern vertreten. Die hohen Ansprüche an Qualität können von der Paderborner Markenschmiede MBG dabei ebenso garantiert werden, wie eine reibungslose Logistik auf den lokalen Märkten aller fünf Kontinente.

Weitere Informationen unter www.effect-energy.com, www.facebook.com/effectenergy und www.instagram.com/effectenergy

**Über MBG**

Die MBG International Premium Brands GmbH ist ein dynamisch wachsender Anbieter von Premium-Getränkeprodukten. Seit über 20 Jahren steht das Paderborner Unternehmen für einzigartige und innovative Marken sowie höchste Qualitätsstandards in der nationalen und internationalen Getränkebranche. Zum Portfolio gehören u.a. effect®, SCAVI & RAY, SALITOS, THREE SIXTY VODKA, ACQUA MORELLI, DOS MAS, GOLDBERG etc.

Weitere Informationen unter www.mbgglobal.net und www.facebook.com/MBGGmbH