## Presseinformation

### 11. Januar 2008

# Flotte Biene

## Der jüngste Marketing-Service von MPG&E: Piaggio Ape 50

(Bordesholm) – Sie kommt auf drei Rädern daher und ist ein Blick­fang – nicht nur für Italienfans: Der sympathische Minilaster Ape (italienisch für Biene) des Vespa-Herstellers Piaggio sorgt überall, wo er auftaucht, für Aufsehen. MPG&E bietet das unge­wöhnliche Fahrzeug seinen Kunden als neuesten Marketing-Service an. Zu günstigen Konditionen können Augenoptikspe­zialisten das Fahr­zeug für ihre eigene Werbung einsetzen. Auf der Opti 2008 können die Besucher sich die Ape anschauen und anfassen.

MPG&E bietet seinen Kunden mit dem Minilaster eine attraktive Werbefläche. Als mobiles Plakat kann die Ape in der ganzen Stadt Werbung für das eigene Geschäft machen oder einfach als Blick­fang vor dem Laden parken. Die gute Laune, die das dreirädrige Fahrzeug dabei verbreitet, erhöht unmittelbar die Wirkung der da­ran angebrachten Werbung. Auf drei Flächen können großforma­tige Werbemotive montiert werden, die sich ohne großen Aufwand jederzeit auswechseln lassen.

**Große Werbewirkung, kleiner Preis**

Der 3-PS-Renner ist aber nicht nur ein echter Hingucker, sondern auch ein günstiger Werbeträger. Im Vergleich zu Anzeigen in Tageszeitungen oder der Buchung von ortsgebundenen Plakaten sind die Kosten äußerst gering: Für 36 monatliche Raten in Höhe von 139 Euro – deutlich weniger als der reguläre Verkaufspreis der Ape – können MPG&E-Kunden den Werbeträger rund um die Uhr überall dort nutzen, wo er die größte Wirkung erzielt. Dank des kleinen Motors sind auch die Unterhaltskosten niedrig: Ähnlich wie bei Mopeds entfallen Kfz-Steuer, AU und TÜV – lediglich das Versicherungskennzeichen schlägt mit rund 100 Euro jährlich zu Buche.

**MPG&E-Marketing-Service**

Die Ape ist der neueste Marketing-Service der Bordesholmer Kon­taktlinsenspezialisten. Genauso wie das Private-Label-Programm, das Kundenmagazin „Optics“ und der Pressetext-Download im Internet unterstützt sie die MPG&E-Kunden bei der erfolgreichen Kommunikation mit ihren Zielgruppen. Beim Private-Label-Konzept haben Augenoptiker und Augenärzte die Möglichkeit, MPG&E-Produkte individuell unter ihrem eigenen Namen produzieren zu lassen. Die Kontaktlinsen und Pflegemitteln im firmeneigenen Design erhöhen unter anderem die Kundenbindung und machen einen von der Konkurrenz unterscheidbar. Das professionell ge­staltete Kundenmagazin „Optics“ können Augenoptiker per Internet schnell und günstig für ihre Kunden individuell zusammenstellen. Darüber hinaus gibt es noch die Möglichkeit, sich professionelle Pressetexte zu MPG&E-Produktneuheiten von der Website runter­zuladen und diese dann personalisiert an interessierte Journalisten zu verschicken.

**Kontakt auf der Opti München 2008**

MPG&E Handel und Service GmbH

Halle C 3, Stand 511, 415, 316

##### Pressekontakt

|  |  |
| --- | --- |
| PR-Team MPG&E c/o ACIES KommunikationAxel Ludwig | Tel.: +49 (30) 23 63 67 - 23Fax: +49 (30) 23 63 67 - 30E-Mail: mpge@acies.de  |

**Pressetexte und -fotos als Internet-Download:** [www.mpge.de/presse](http://www.mpge.de/presse)