

PERSBERICHT MAES

'Maes, Maak Meer Mee' nieuwe campagne en slogan voor Maes na bekroning tot beste Europese pils

Verenigingen kunnen tot 1.000 euro verdienen met Maes Vollenbak-actie

Mechelen 2 april 2015 – Maes Pils trapt vandaag een nieuwe campagne af. Met de nieuwe slogan 'Maes, Maak Meer Mee' wil bierbrouwer Alken-Maes de Belgische consument uitdagen om zijn routine te doorbreken en nieuwe ervaringen op te doen. En de beste plaats om meer mee te maken, is onder andere in je vereniging waar je samen met je vrienden de mooiste tijden beleeft. Als eerste actie lanceert Maes Pils daarom 'Vollenbak-voor-je-vereniging', waarmee elke Belgische vereniging tot 1.000 euro kan verdienen om de clubkas te spijzen en dit door kroonkurken of lipjes te sparen. Een zeer actueel thema, zo blijkt uit onderzoek en de meer dan 1.100 verenigingen die tot nu toe ingeschreven zijn.

Na de investeringen in de smaak en kwaliteit van Maes Pils, won Maes in november 2014 de gouden medaille voor de beste Europese pils in de European Beer Star Awards. Volgens Lies Eeckman, Marketing Director bij Alken-Maes is daarmee het moment gekomen voor een verfijning van de positionering van Maes Pils: *"Met Maes willen we de Belgische bierconsument uit zijn routine halen, zowel wat betreft zijn keuze van pils als op sociaal vlak. We zijn ervan overtuigd dat wie open staat voor nieuwe ervaringen meer uit zijn leven haalt. Of het nu gaat om nieuwe mensen te leren kennen, onverwachte momenten aan te grijpen voor een spontaan feestje of voor een Maes Pils te kiezen in plaats van je gebruikelijke pilsmerk.*

Dat is waar Maes voor staat en daarom lanceren we vandaag onze nieuwe slogan 'Maes, Maak Meer Mee'.

Als eerste actie lanceert Maes Pils de actie Vollenbak-voor-je-vereniging, waarmee Belgische verenigingen extra geld kunnen verdienen. Via de actiesite www.maes.be/vollenbak kan elke Belgische vereniging zich inschrijven om Maes-kroonkurken en lipjes van Maes-blikjes in te zamelen. Elke vereniging kan zo tot 1.000 euro verdienen. Met meer dan 1.100 ingeschreven verenigingen is de Vollenbak-campagne op dit moment al een groot succes.

Dat veel verenigingen het financieel moeilijk hebben, bleek onlangs al uit de [5e Barometer van de verenigingen](#) van de Koning Boudewijnstichting.

Maes Pils voerde daarnaast aanvullend onderzoek uit bij 1.000 Belgen in samenwerking met het onafhankelijk onderzoeksbureau Multiscope. Daaruit blijkt dat maar liefst 46% van de Belgen rechtstreeks of onrechtstreeks lid is van minimaal één vereniging. Hoewel de meeste mensen (55%) aanvankelijk lid zijn geworden om een hobby of sport te beoefenen, blijkt het sociale aspect zeer belangrijk. Maar liefst 56% van de Belgische leden of betrokkenen, vindt de sociale contacten en de gezelligheid veruit het belangrijkste aspect van een verenigingsactiviteit. Ruim driekwart van alle ondervraagde Belgen (76%) vindt bovendien de rol van het verenigingsleven in België belangrijk tot heel belangrijk.

De helft (49%) is van mening dat de huidige besparingen nog aanvaardbaar zijn, maar dat het niet veel verder moet gaan. Volgens het onderzoek van Maes Pils vindt éénderde (33%) zelfs dat de huidige besparingen op het verenigingsleven op dit moment al te ver gaan.

De bereidheid van de Belg om verenigingen te ondersteunen is dan ook groot. Bijna de helft van de Belgen (44%) doet meestal mee aan acties als spaarprogramma's, spaghetti-avonden en wafeltjesverkoop, ook als ze zelf geen lid zijn van de betreffende vereniging. Nog eens 26% draagt zijn steentje

bij als ze zelf betrokken zijn of iemand kennen bij de vereniging in kwestie. Slechts 5% van de Belgen doet nooit mee aan dergelijke acties.

Lies Eeckman, Marketing Director bij Alken-Maes: *“In België kennen we een zeer hechte verenigingscultuur, die een sociale verrijking vormt voor het leven van ontzettend veel mensen. Met onze campagne Vollenbak-voor-je-vereniging dragen we daarom graag ons steentje bij in een voor veel verenigingen lastige economische tijd. Want net zoals de verenigingen wil Maes Pils mensen samenbrengen en hen aanmoedigen om meer uit het leven te halen.”*

Niet voor publicatie

Voor meer informatie kan je ook terecht bij:

Annelore Marynissen

Tel.: 015/30.90.11

E-mail: annelore.marynissen@alken-maes.com

Over Alken-Maes

Alken-Maes is als nummer twee dé innovatieve challenger op de Belgische biermarkt. Met pilsmerken als Maes en Cristal, Desperados, de abdijbieren Grimbergen en Affligem en de lambicbieren van Mort Subite bezit Alken-Maes een mooi uitgebalanceerde merkenportefeuille. Naast het hoofdkantoor in Mechelen beschikt Alken-Maes over drie brouwerijen in Alken, Opwijk en Kobbegem en drie distributieplatformen in Mechelen, Wellen en Middelkerke. Alken-Maes stelt zo'n 500 mensen tewerk, en het jaarlijks volume van 1,4 miljoen hectoliter zorgt voor een omzet van 200 miljoen euro.

Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand