



PRESSEMITTEILUNG

Thomas Müller stürmt jetzt für BiFi

Hamburg, im September 2010. Thomas Müller und BiFi sind ein Team: Der sympathische Fußballprofi wirbt ab sofort für den beliebten Salami-Snack. Neben aufmerksamkeitsstarken Promotions und vielen Aktionen auf www.bifi.de spielt Müller im neuen TV-Spot die Hauptrolle.

Vorsichtig versucht der junge Thomas Müller eine BiFi auf's Brot zu legen. Langsam führt der Erstklässler die Brotscheibe zu seinem Mund. Doch plötzlich rollt der Salami-Snack davon. „Ein Brot mit leckerer BiFi – das hab ich ja schon immer essen wollen“, sagt Thomas Müller. In einem amüsanten TV-Spot erzählt das neue BiFi Testimonial Müller die Geschichte, wie er in verschiedenen Situationen versucht hat, die BiFi auf's Brot zu legen.

Von den Schwierigkeiten, die BiFi auf's Brot zu kriegen

In einer weiteren Szene ist der Bayern-Profi erwachsen und sitzt an einem Campingtisch, während seine Freunde im Hintergrund Fußball spielen. Gerade als sich Müller eine BiFi auf seine Brotscheibe legt, rollt der Ball auf ihn zu. Instinktiv kickt er ihn zurück – und wieder rollt sie ihm davon. Am Ende des Spots gelingt Thomas Müller das Kunststück mit dem BiFi Aufschnitt: Genüsslich legt sich der Fußballstar den neuen BiFi Aufschnitt auf's Brot und lächelt glücklich in die Kamera. Der leckere Salami-Aufschnitt mit extra dicken Scheiben zeigt, dass sich heute jeder BiFi auf's Brot holen kann. Der Aufschnitt macht mit seinem unvergleichlichen Geschmack Lust auf herzhaftes Brotzeiten mit Freunden und der ganzen Familie. Auch bei Thomas Müller: Im Spot mit von der Partie ist Müllers Frau Lisa, die am Ende in den Genuss des BiFi Brotes kommt, sowie sein langjähriger Freund Christoph. Mit ihm und weiteren Freunden kickt er im Park und gönnt sich eine kleine Auszeit bis ihm mal wieder der Fußball einen Strich durch die Rechnung macht.



Junger Wilder passt perfekt zu BiFi

Thomas Müller ist der Shooting-Star der deutschen Fußballwelt und spätestens seit der überzeugenden Weltmeisterschaft bei Groß und Klein bekannt. Der 21-jährige Offensivspieler des FC Bayern München wurde in Südafrika zum „Besten Jungen Spieler der WM-Endrunde“ gewählt und erhielt als Torschützenkönig den heiß begehrten Goldenen Schuh. Bei aller Euphorie um seine Person gilt Thomas Müller als authentisch und bodenständig – und grüßt auch schon einmal seine Oma in einem TV-Interview. Marktforschungsergebnisse bescheinigen Müller ein durchweg positives Image und hohe Sympathiewerte. Kein Wunder, dass sich BiFi auf die künftige Zusammenarbeit freut. „Mit seiner sympathischen Art passt Thomas Müller perfekt zur Marke BiFi“, freut sich Thomas H. Bauer vom BiFi Marketing. Thomas Müller stimmt ihm zu: „BiFi esse ich schon seit meiner Kindheit gerne. Bei Ausflügen, Turnieren und Reisen habe ich immer gerne einen kleinen Snack dabei – da ist BiFi ideal.“

Mit seinem Engagement für die Marke BiFi tritt Thomas Müller zunächst für die kommenden zwei Jahre in die Fußstapfen von Bastian Schweinsteiger. Neben Müller kooperiert BiFi auch weiterhin als „Food Partner und offizielle Fan-Verpflegung“ mit dem FC Bayern München. Der beliebte Salami-Snack wirbt unter anderem mit Anzeigen im Bayern-Magazin und zeigt Spots bei Bundesliga-Heimspielen des Rekordmeisters.

Seit 1972 begeistert BiFi große und kleine Fans, denn in der praktischen Verpackung ist die leckere Mini-Salami der ideale Begleiter. Ob beim Fußball oder zur Stärkung unterwegs – BiFi muss mit.

Weitere Informationen unter www.bifi.de

Pressekontakt:

ad publica Public Relations GmbH
Sonia Garcia Köpper
Alter Wandrahm 10
20457 Hamburg
Tel.: 040/31766-321
Fax: 040/31766-301
E-Mail: sonia.garcia@adpublica.com

Unilever Deutschland GmbH
Melanie Böhm
Marketing BiFi
Strandkai 1 ♦ 20457 Hamburg
Tel.: 040/3493-1412
Fax: 040/3493-8809
E-Mail: melanie.boehm@unilever.com