

Premiere für den Beck's Club: Erste Festival-Saison voller Erfolg

Interaktive Erlebnisse und Clubatmosphäre begeistern Festival-Besucher

[Bremen, 05.09.2024] Als Hauptsponsor hat Beck's beim Hurricane und beim Highfield Festival in diesem Jahr den Weg für neue Festival-Erlebnisse bereitet. Der Beck's Club feierte Premiere. Besucherinnen und Besucher hatten die Chance, ganz individuelle Festival-Erinnerungen mit temporären Tattoos und personalisierten Caps zu schaffen. Zwischen den Acts kamen viele Fans bei DJ-Musik und erfrischendem Beck's Bier – viel gefragt auch das alkoholfreie Beck's Blue – zusammen. Gemeinsam mit dem Veranstalter FKP Scorpio konnte die Marke der AB InBev-Familie so ihre Tradition als Festival-Marke schlechthin feiern.

Als Wahrzeichen am Eingang zu beiden Festivals erwies sich der Beck's Club während der gesamten Veranstaltung als zentrale Anlaufstelle für gute Musik, lockere Atmosphäre und gemeinsames Erleben. Mit seinem unverwechselbaren Design, bei dem eine maßgeschneiderte Gerüststruktur verwendet wurde, fand der Beck's Club bei seinen Gästen großen Anklang – dank seiner modernen, industriellen Ästhetik erwies er sich als attraktiver Anziehungspunkt. Auf beiden Festivals kamen mehr insgesamt als 6.000 Menschen in den Beck's Club.

Luisa Wunderer, Senior Brand Manager Beck's Europe bei AB InBev, freute sich über die große Resonanz und betonte: „Wir wissen, wie stark die Anziehungskraft von Beck's ist, um einzigartige und unverwechselbare Erlebnisse zu schaffen. Wir haben gezeigt, dass wir eine lebendige und ansprechende Atmosphäre schaffen können – und die Festivalbesucherinnen und -besucher diese mit einem Beck's in der Hand genießen. Der Beck's Club steht für schöne Erlebnisse, gute Musik und ein gekühltes Bier – das passt einfach perfekt.“

Einer der Höhepunkte war die Tattoo-Station, an der die Besucherinnen und Besucher aus einer Vielzahl von temporären Tattoos wählen konnten, darunter Glitzertattoos und exklusiv für Beck's kreierte Designs. Einige Abenteuerlustige ließen sich sogar das Line-up des Tages tätowieren und nahmen damit automatisch an einer Verlosung teil: Die Gewinnerinnen und Gewinner konnten sich mit ein bisschen Glück über exklusive Backstage-Touren und Tickets freuen.

An der Cap-Embroidery-Station nahmen viele Besucherinnen und Besucher ein hochwertiges Erinnerungsstück mit nach Hause. 400 exklusive Beck's-Mützen verteilte das Team vor Ort. Besucherinnen und Besucher konnten die Caps mit einem Wort oder einem Slogan ihrer Wahl personalisieren. An der Beck's Bar genossen die Festival-Fans kühles Bier – Beck's Pils oder das alkoholfreie Beck's Blue.

Insgesamt besuchten mehr als 100.000 Menschen die Festivals Hurricane bei Scheeßel und Highfield bei Leipzig.

AB InBev Deutschland

AB InBev Deutschland (Beck's, Corona, Spaten) mit Hauptsitz in Bremen sowie drei weiteren Standorten ist ein Tochterunternehmen des weltweit führenden Braukonzerns AB InBev und im deutschen Biermarkt der zweitgrößte Brauereikonzern.

Ansprechpartner Medien

Florian Farken | Corporate Affairs Manager Germany | AB InBev |
T: +49 (0)1515 6209997 | M: florian.farken@ab-inbev.com