



BECK'S

Ansprechpartner Medien

Claudia Hauschild

Unternehmenssprecherin

Anheuser-Busch InBev

0421/5094-4263

claudia.hauschild@ab-inbev.com

Kim Strasser

Cohn & Wolfe Public Relations

GmbH & Co. KG

040/808016-135

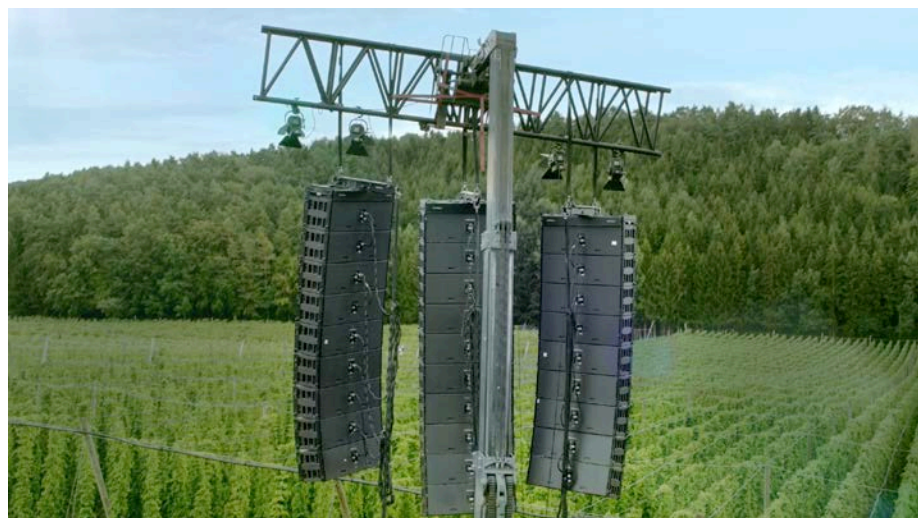
kim.strasser@cohnwolfe.com

PRESSEMITTEILUNG

Beck's lässt Konsumenten mit Hopfen sprechen

[Bremen, 26. September 2018] – Ende des Jahres wird nicht nur das ikonische Beck's Label noch legendärer, sondern auch der Inhalt: Die Special Edition Beck's Soundpils wird mit von Verbrauchern beschalltem Hopfen gebraut und noch aromatischer schmecken. Damit konzentriert sich die Marke erneut kompromisslos auf den Konsumenten. Für die Kreation zeichnet Serviceplan Campaign International verantwortlich.

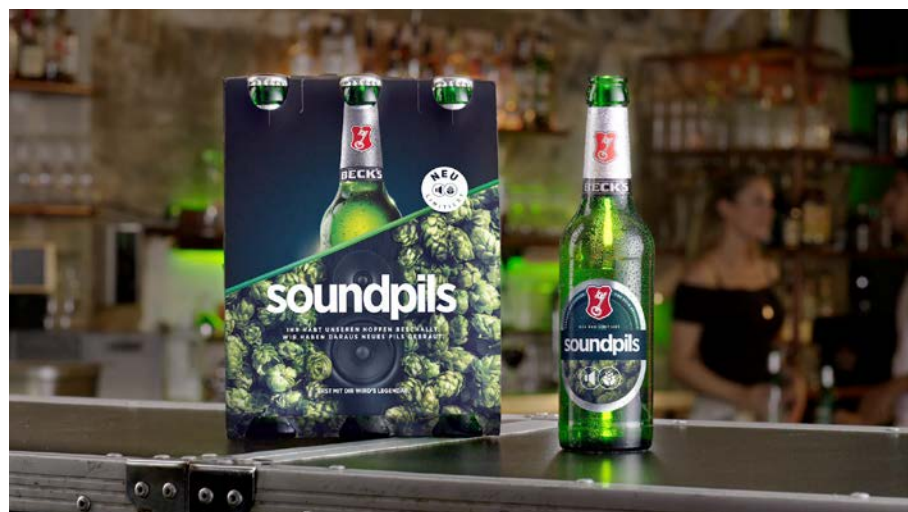
Zuletzt hatten Beck's Fans die Möglichkeit, mit der Aktion „Green Label“ ihr eigenes Etikett zu gestalten. Nun geht die Marke wieder einen Schritt weiter: Ende des Jahres wird nicht nur die Hülle, sondern auch der Inhalt im Zuge einer Special Edition noch legendärer. Denn heutzutage wollen Biertrinker immer Neues entdecken. Genau hier setzt Beck's an und rückt noch näher an den Konsumenten ran: „Mittels einer in Berlin aufgestellten Soundbox konnten Passanten live zum Hopfen auf unserer Hopfenfarm in der Hallertau sprechen – ungefiltert und ganz persönlich“, erklärt Susanne Koop, Marketing Managerin bei Anheuser-Busch InBev Deutschland und verantwortlich für die Marke Beck's. „Da Pflanzen auf Schall reagieren, ist unter der Beteiligung unserer Konsumenten ein ganz besonderer Hopfen herangewachsen.“ Mit dem beschallten Hopfen wird eine limitierte Special Edition gebraut: das Beck's Soundpils. Mehr zur Entstehungsgeschichte finden Sie [hier](#).





„Erst mit dir wird's legendär“: von Storytelling zu Storydoing

Die im letzten Jahr gestartete Kampagne „Erst mit dir wird's legendär“, ebenfalls entwickelt von Serviceplan Campaign International, ruft den Konsumenten dazu auf, selbst die Initiative zu ergreifen, um aus jedem Moment etwas Außergewöhnliches entstehen zu lassen. Der emotionale Claim ist die zeitgemäße Weiterentwicklung des Markenimages und damit verbunden eine Neu-Interpretation des übergeordneten Leitmotivs Freiheit. Alles dreht sich um die Besonderheit des Moments, der erst durch jeden Einzelnen zu etwas Legendärem gemacht werden kann. 2018 wird dieses Markenversprechen eingelöst: „In diesem Jahr bauen wir die bestehende Kampagne mit den großen Freiheitsbildern weiter auf und setzen auf echte Erlebnisse“, so Susanne Koop. „Mit dem Beck's Soundpils wird Storytelling zu echtem Storydoing, denn um bedeutsam zu sein, müssen wir unseren Konsumenten weniger nur Geschichten erzählen, sondern vielmehr Geschichten erlebbar machen.“



Weg vom klassischen OOH und TV: Fokus auf digitale Kanäle

Dabei setzt Beck's auf die digitale Vermarktung: Die Ausgaben für klassisches Marketing steigen im Biermarkt, aber nicht alle Aktivitäten sind für jeden sichtbar. Der Kampf um die Aufmerksamkeit des Verbrauchers hat längst begonnen und soziale Medien sind fester Bestandteil des Alltags geworden. Der Konsument wird permanent dazu gezwungen, sich zu entscheiden. „Nur 15 Prozent der TV-Werbespots werden vollständig angeschaut“, so Koop. „Zusätzlich ist der deutsche Biermarkt äußerst fragmentiert und wettbewerbsintensiv. In dieser Marktumgebung setzen wir unser Budget gezielt dort ein, wo wir unsere Zielgruppe relevant erreichen und den Unterschied machen können.“ Beck's Soundpils wird über die eigenen digitalen Kanäle sowie durch weitere Online-Platzierungen aktiviert. Die Special Edition wird ab November online erhältlich sein.

Credits:

Anheuser-Busch InBev

Marketing Director WEST: Arnaud Hanset

Marketing Manager Beck's: Susanne Koop

Verantwortliche Agentur

Serviceplan Campaign International GmbH & Co. KG

Managing Partner: Markus Kremer

Managing Partner: Thomas Heyen

Managing Partner: Florian Klietz

Managing Supervisor: Lars Holling

Senior Account Manager: Sabrina Schwartz

Junior Account Manager: Mariah Kattmann

Design Director: Sebastien Stabenau

Senior Copywriter: Jan-Erik Scheibner

Copywriter: Melis Adigüzel

Art Director: Sine Hansen

Copywriter: Joy Chakravorty

Art Director: Sudarshan Waghmare

Final Artist Specialist: Nils-Christian Sperling

Filmproduktion

ELEMENT E Filmproduktion GmbH

Regie: Jeffrey Lisk, Bernd Possardt

DoP: Chris McKissick

Musik: Extreme Musik

Producer: Sebastian Schröer

Head of Production: Patrick Volm-Dettenbach

Beck's

Beck's ist eine der wichtigsten Premiummarken des weltweit führenden Braukonzerns Anheuser-Busch InBev. Die internationale Ausrichtung und der Export in ferne Märkte waren die Keimzelle für den heutigen Erfolg der Bremer Biermarke. Seit 145 Jahren ist Beck's in inzwischen über 100 Märkten weltweit präsent und wird an 15 internationalen Standorten nach gleicher

Rezeptur gebraut. Mit über 6 Millionen Hektolitern jährlich gilt die Marke weltweit als das meistgetrunkene deutsche Bier.

Anheuser-Busch InBev Deutschland

Anheuser-Busch InBev Deutschland (Beck's, Franziskaner, Corona, Leffe) mit Hauptsitz in Bremen ist ein Tochterunternehmen des weltweit führenden Braukonzerns Anheuser-Busch InBev und ist im deutschen Biermarkt der zweitgrößte Brauereikonzern. Das Unternehmen beschäftigt in Deutschland an vier Standorten rund 2.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Serviceplan

Die Serviceplan Gruppe ist die größte inhabergeführte, partnergeführte und am breitesten aufgestellte Agenturgruppe Europas. Im Jahr 1970 als klassische Werbeagentur gegründet, entwickelte Serviceplan rasch das Konzept vom „Haus der Kommunikation“ – das bis heute einzige komplett integriert aufgestellte Agenturmodell, das alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach vereint: Ob Markenstrategen, Kreative, Design-, Media- oder Onlinespezialisten, Dialog- oder CRM Experten, Marktforscher, PR-Berater oder Sales-Profis – bei Serviceplan ziehen alle an einem Strang, inzwischen an mehr als 38 Standorten weltweit und in allen wichtigen Wirtschaftsräumen.