



P R E S S E M I T T E I L U N G

Anheuser-Busch InBev bringt Leffe nach Deutschland

Internationale Super-Premiummarke eröffnet neue Geschmackserlebnisse

Bremen, 10. März 2014. Anheuser-Busch InBev setzt auf Premiummarken. Neben Marken wie Beck's oder Franziskaner startet der weltweit führende Brauereikonzern jetzt mit einem international etablierten Produkt neu auf dem deutschen Markt. Um die Marke Leffe, eines der ältesten belgischen Klosterbiere, hierzulande bekannt zu machen, setzt AB InBev auf hochwertige Gastronomieobjekte. Hier wird Leffe ab März 2014 auf der Karte stehen und mit auffälligen Verkostungsaktionen und Werbemitteln präsentiert. Zum Auftakt startet die Marke mit den klassischen Varianten „Blonde“ und „Brune“. Leffe Blonde (6,6 vol.%) überzeugt mit vollem, weichen und fruchtigen Geschmack, dem ein starker, überraschender Nachgeschmack folgt. Leffe Brune (6,5 vol.%) vereint einen reichhaltigen, weichen Geschmack mit einer leicht bitteren Note und einem süßen, an Karamell erinnernden Nachgeschmack.

„Wir wissen, dass die Menschen heute im Schnitt nicht mehr so häufig in die Gastronomie gehen, dafür aber bereit sind, bei ihren Besuchen für Qualität und Premium auch entsprechend Geld auszugeben“, so Steve McAllister, Deutschlandchef bei AB InBev. *„Leffe mit seinem einzigartigen Geschmack, seiner Herkunft und seiner exklusiven Produktausstattung ist genau das richtige Produkt für Premium-Erlebnisse“* ergänzt er und setzt darauf, die Marke über die Gastronomie aufzubauen und für den Konsumenten erlebbar zu machen. Gleichzeitig nutzt das Unternehmen die steigende Nachfrage nach besonderen Premium-Produkterlebnissen.

Attraktive Werbemittel sollen zur Einführung sofort den Premiumgenuss vermitteln. So stehen Gastronomen neben hochwertigen Tischaufstellern unter anderem auch verschiedene Spezialitätengläser zur Verfügung. Als ein möglicher Konsumanlass

Anheuser-Busch InBev Deutschland

Am Deich 18/19 - 28199 Bremen
www.ab-inbev.de



PRESSEMITTEILUNG

sieht McAllister die Verwendung als Aperitif. *„Diese Situation ist für Bier noch nicht besetzt, zudem passt sie ideal zur Positionierung der Marke im Umfeld von hochwertigen Speisen. Gerade Männer suchen häufig nach Alternativen zu den klassischen Aperitifs, zugleich schaffen wir leichte Probieranlässe und sind im Umfeld der Speisen von Anfang an dabei“*, erklärt McAllister. Aperitifs seien wichtige Einflussfaktoren bei der Wahl der Getränke zum Essen. Das Segment „Aperitif“ konnte 2012 um 23 Prozent zulegen. Entsprechende Aperitifgläser und proaktive Ansprache des Servicepersonals beispielsweise als „Gruß aus der Küche“ sollen dafür Sorge tragen, dass Leffe in diesem Umfeld als fester Begleiter zu guter Küche etabliert wird.

Über Leffe:

Leffe ist eines der ältesten belgischen Abteibiere, mit Wurzeln aus dem Jahr 1240. Die spezielle Rezeptur mit Zutaten höchster Qualität wie Malz, Mais und Hopfen, schafft einen reichhaltigen und vollmundigen Geschmack von Leffe. Mit seinem unverwechselbaren Charakter ist es ein Bier, das zunehmend auch als Aperitif genossen wird. In Belgien ist Leffe Marktführer im Segment der Klosterbiere.

Ansprechpartner:

Anheuser-Busch InBev
Oliver Bartelt, Unternehmenssprecher
Telefon: 0421-5094-4854
e-Mail: oliver.bartelt@ab-inbev.com

Anheuser-Busch InBev Deutschland

Am Deich 18/19 - 28199 Bremen
www.ab-inbev.de