

TYSKIE 



Take it Tyskie!

Embargo bis 28.06.2022, 00:00 Uhr

Köln 21.06.2022: Tyskie ist mehr als nur ein polnisches Bier. Die Marke setzt sich mit der neuen Kampagne hohe Ziele und richtet diese strategisch auf eine neue, urbane Zielgruppe aus. Nach langen Monaten des Social-Distancings, steht das Zusammenkommen im Vordergrund. Das Miteinander: gemeinsam lachen, diskutieren, feiern, anstoßen – das Verbindende, ist Teil des Markenkerns von Tyskie und somit auch Fokus der Kampagne.

Tyskie erfreut sich bereits zunehmend an Konsumenten internationaler Biere. Nun stellt die beliebte Biermarke ihre Kommunikationsstrategie neu auf und startet ab 28.06.2022 in Deutschland mit einer großen Markenkampagne. Der Claim „Take it Tyskie“ steht für die neue Art, das Leben zu nehmen, wie es kommt – eine Aufforderung, den Alltag mit Leichtigkeit zu meistern, sich selbst nicht zu ernst zu nehmen und sich an den Situationen zu erfreuen, die einem das Leben bietet: die Kleinen wie auch die Großen. Das Spontane, improvisiert und nicht perfekt, ist der Ausgangspunkt für Erlebnisse und Begegnungen, die unseren Alltag spannend und aufregend machen. „Take it Tyskie“ versinnbildlicht die Lebenseinstellung einer Generation, die das Hier und Jetzt genießen möchte und dies am besten mit einem kühlen Bier in der Hand.

„Der Ansatz „Take it Tyskie“ stellt die bisherige Markenkommunikation komplett neu auf. Mit unserer Interpretation von „take it easy“ sprechen wir eine neue, urbane und kosmopolitische Zielgruppe an und wollen die Brand Awareness national steigern.“ so Anna Apostel, Marketing Manager Tyskie.

Diese alltäglichen und dennoch besonders lebenswerten Momente werden in den Kampagnenmotiven abgebildet. Der Betrachter wird zum Begleiter und Teil der Szenerie: eine Gruppe von Freunden, die das Beisammensein feiern, vom sich Sonnen und gemeinsamen Abhängen auf der Dachterrasse, zum

spontanen Treffen in der Küche, bis hin zum Weg in den Club – drei Menschen, ein Tag und eine Nacht. Authentisch, bodenständig und echt. Tyskie ist kein Bier für Hochglanzseiten, Tyskie ist ein Bier für das Leben, mit all seinen Facetten. Mit Hilfe der Kreativagentur „laut von leise“ aus München wurde die neue Kampagne konzeptioniert und von Stephie Braun fotografisch umgesetzt.

Zu sehen sind die verschiedenen Motive in den Städten Köln, Hamburg und Berlin in Form von City Light Säulen sowie in bewegter Form auf Kiosk-Screens oder Infoscreens in U-Bahnstationen, umgesetzt von der Mediaplus Gruppe. Die Kampagne wird ebenfalls digital verlängert, um die Zielgruppe an möglichst vielen Touchpoints zu erreichen.



Pressekontakt für den deutschen Markt:

haebmau ag
Ann-Kathrin Rust
Rosenthaler Str. 52
10178 Berlin

ann-kathrin.rust@haebmau.de

www.haebmau.de