



Tyskie Kampagne: Switching to TY – Das Du anbieten

Auch wenn diese Europameisterschaft anders ist als Sportevents der Vergangenheit, soll der Gemeinschaftsgedanke nicht fehlen. Hier setzt ein neuer Werbespot der polnischen Biermarke Tyskie an. Er ermutigt dazu, die Beziehung zu anderen zu stärken und das Du anzubieten.

Mit Tyskie neue Freundschaften schließen und Distanzen überwinden

Als Symbol für Freiheit, Unabhängigkeit und Einheit wird den Nationalfarben in Polen eine große Bedeutung beigemessen. Als DAS polnische Bier vertritt Tyskie diese Werte und hat die Farben weiß und rot innerhalb der Corporate Identity aufgegriffen. Die Kommunikationsplattform dient dazu, Gemeinsamkeiten, die trotz aller Unterschiede bestehen, aufzuzeigen.

In diesem Kontext besteht seit zwei Jahren die Kampagne „Switching to TY – Das Du anbieten“. Der neue Spot, der anlässlich der Europameisterschaft herausgebracht wurde, wird weit über die polnischen Grenzen hinaus gespielt. Zum Hintergrund: In Polen ist die Art und Weise der persönlichen Ansprache anders als wir es hier kennen. Zum Beispiel: „Pani + Sabine – Frau Sabine“ bzw. „Pan Max – Herr Max“. Bietet in Polen also jemand das Du an, ist dies gleichbedeutend mit dem Verzicht auf jegliche Distanz und einer tatsächlichen Annäherung. „Switching to TY“ möchte dazu anregen, auf die förmliche Ansprache zu verzichten und stattdessen bei einem köstlichen Tyskie über die Länder hinweg neue Freundschaften zu schließen.

Der [EM-Spot](#) zeigt, dass Fußball es vermag, Fans unterschiedlichster Länder einander näher zu bringen. Fußball ist eine der vielseitigsten Sportarten der Welt. Unabhängig von unseren Breitengraden betreiben Menschen diesen Sport, kennen die Regeln und feuern ihre Lieblingsmannschaft an. In diesem Sinne fungiert Fußball als globale Sprache, die europaweit gesprochen wird. Trotz der fehlenden Möglichkeiten, 2021 Spiele in vollbesetzten Stadien stattfinden zu lassen, sind wir uns innerhalb Europas nah und bilden eine Gemeinschaft – vor den Fernsehern. Die positive Stimmung innerhalb des Videos steckt an. Zugleich zeigt der charmante Spot, wie wichtig es ist, eine Gemeinschaft zu bilden – selbst oder vielleicht auch gerade in besonderen Zeiten.

Über TYSKIE Pils in Deutschland

TYSKIE ist mit Abstand die größte polnische Biermarke in Deutschland. In NRW gilt sie sogar als die meistverkaufte internationale Marke im Handel.

Tyskie als Marke macht Spaß und steht für ein leichtes und weltoffenes Lebensgefühl. Beliebt ist das Pils dabei nicht nur in der polnisch-stämmigen Community, auch immer mehr passionierte deutsche Biertrinker wissen die internationale Premiummarke zu schätzen. So wächst die treue Tyskie-Fangemeinde stetig und mit viel Potenzial weiter.

Ohne durch Geschmack und Qualität zu überzeugen, wäre dies jedoch nicht möglich. Das Erfolgsrezept ist dabei der unverwechselbare Charakter, den Tyskie einer jahrhundertealten Tradition sowie der Erfahrung mehrerer Generationen von Bierbauern verdankt. Wasser, Gerstenmalz sowie die feine bittere und charaktervolle Aromatik der polnischen Hopfensorten Lubliner und Marynka sind das Geheimnis von Tyskie - und das bereits seit fast 400 Jahren.

