



Tyskie – Ein Premium Pils mit Sitcom-Charakter

Locker, leicht, bodenständig und sich selbst nicht zu ernst nehmend – das ist Tyskie. Diese Haltung der Brand findet sich auch in kurzen Webclips im Sitcom-Stil, die seit 2013 auf den verschiedenen Social Media Kanälen zu sehen sind. Hier werden neben Themen aus dem allgemeinen Alltagsgeschehen polnische Traditionen aufgegriffen und gleichzeitig findet ein Bruch mit Stereotypen statt. Die lockere Tonalität und das Augenzwinkern, mit dem die Identität des Premium-Pils thematisiert wird, begeistert nicht nur die deutsch-polnische-Community und somit sorgen die Videos immer für einen Lacher.

Die Tyskie Sitcom

In den kurzen Webclips nehmen die polnischen Protagonisten die Zuschauer mit in ihre Welt und präsentieren Geschichten rund um ihr Lieblingsgetränk Tyskie. Anna Kumosiak ist in der Rolle der Polin Katarzyna als Schauspielerin, Moderatorin und Comedian unterwegs und seit vielen Jahren das Gesicht der Tyskie-Videos. Seit 2014 haben die [Videos](#) eine regelrechte Transformation erfahren und so seit dem letzten Jahr den Charakter einer Sitcom.

Eingebettet sind diese in Themenkomplexe wie polnische Traditionen, die Familie, Feiertage, kulinarische Spezialitäten und kulturelle Eigenarten. Dabei wird bisweilen ordentlich in die Klischee-Kerbe gehauen und sich selbst nicht zu ernst genommen. Der lockere Humor sowie viele Eigenarten und Geschichten aus dem Spektrum polnischer Klischees bieten der Community einen hohen Identifikations- bzw. Wiedererkennungswert und so erfreut sich die Tyskie-Sitcom großer Beliebtheit.

Schon schnell stand fest, dass es in 2021 eine Fortsetzung mit neuen Ideen geben wird, die der Community die Möglichkeit geben, ihre polnische Identität aufzuladen. „Die aktuelle Staffel an Tyskie-Videos knüpft an eine lange Tradition an Produktionen an, die wir mit dem langjährigen Partner GOODWILLRUN bereits umsetzen konnten“, freut sich Tyskie Marketing-Managerin Anna Apostel.

Die Zuschauer können sich in den neuen Videos neben kurzweiligen Storys mit hohem Spaßgarant auf eine neue Protagonistin freuen: Die polnische Oma. Sie ist noch immer das Herzstück vieler Familien und steht jedem mit Rat und Tat zur Seite – ob gewünscht oder nicht. An Babcia führt kein Weg vorbei! Über kurz oder lang war es daher unabdingbar, dass auch in den Tyskie Videos die Oma in Erscheinung tritt. Babcia ist omnipräsent und mischt das Leben von Katarzyna und ihrem Freund Lukasz auf. Bei Babcia handelt es sich um das Gegenteil einer stillen, Pierogi zubereitenden Oma – sie ist mit allen Wassern gewaschen. Babcia hat viele Facetten und zeigt den jungen Leuten, dass sie auch mit Selfies und Instagram perfekt umgehen kann. Sie kocht Berge deftiger Speisen aus der polnischen Küche. Doch bevor gegessen werden kann, wird schnell noch ein Instagram-Post erstellt. Die Brand verbindet Tradition und Moderne und somit ist Babcia das personifizierte Tyskie. „Die Produktionen der Tyskie Videos machen uns von der ersten Idee bis zum finalen Schnitt immer viel Spaß. Die Stories entwickeln wir gemeinsam im Team und freuen uns dann





natürlich, wenn die Videos bei den Zuschauern gut ankommen“, so der zuständige Projektleiter der Agentur GOODWILLRUN, Jan Münker.

Wie bereits die erste Staffel sind auch die aktuellen Folgen mit einem Augenzwinkern zu betrachten. Passend zu Tyskie sind die Videos sympathisch, witzig, bodenständig, unpräntiös.

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. Damit zählt sie aktuell zu einer der am stärksten wachsenden internationalen Brands auf dem deutschen Biermarkt.

Tyskie als Marke macht Spaß und bringt – unter anderem durch seine Aktionen und Events - ein Stück Polen nach Deutschland. 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 jahrhundertalten Tradition sowie der Erfahrung mehrerer Generationen von Bierbauern verdankt. Deren Leidenschaft hat dazu beigetragen, die besondere Kombination von Hopfenbitterkeit und Malzfülle zu erreichen. 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.

