



PRESSEINFORMATION

Neue Kampagne und Markenplattform

Berliner Pilsner ist „Sowas von Berlin“

Berlin. 22. März 2022. Berlin ist einfach anders. Denn hier kann man so sein, wie man sein will, und das tun, was man tun möchte. Das ist einfach „Sowas von Berlin“. Genau diese Situationen greift die junge Metropolenmarke Berliner Pilsner in ihrer neuen Kampagne auf. Dabei handelt es sich um eine komplett neue Markenplattform, die nach 16 Jahren die bisherige Berliner Pilsner Kampagne („Berlin, du bist so wunderbar“) ablöst, über die nächsten Jahre ausgebaut und erweitert werden soll.

Berlin steckt voller unglaublicher Dinge, überraschender Situationen, und ungewöhnlicher Menschen. Genau dieses Außergewöhnliche am Leben in der Hauptstadt ist so herrlich normal für alle Berliner. Berliner Pilsner nennt das „Sowas von Berlin“.

Lebensfrohe Momentaufnahmen

Unter diesem Motto startet ab sofort die neue Berliner Pilsner Kampagne. „Ihren Betrachtern wollen wir mit typischen Berliner Momentaufnahmen zeigen: Wer in dieser Stadt lebt, erkennt das Besondere und Einzigartige an ihr! Denn hier können alle so verrückt sein, wie sie sein möchten, das ist dann völlig normal. Und das gibt es so nur in Berlin“, erklärt Marketingleiter Tobias Teubner.

Wie zum Beispiel die Fußballfans, die Fernseher und Bierkästen direkt vor dem Späti aufgebaut haben. Oder der junge Mann, der mit Freunden in seiner Datsche – eine Oase inmitten der Großstadt – sein Feierabendbier trinkt. Oder der gut gelaunte Typ, der mit einer Soundbox und Berliner Pilsner durch die Straßen tanzt, um mit Unbekannten ein spontanes Freiluftfestival zu feiern. Tobias Teubner: „Frei nach der Devise: Wenn es für dich normal ist, ist es wunderbar für uns.“

Sichtbar auf allen Kanälen

Plakatiert werden diese und weitere Motive auf Großflächen und als Citylights in Berlin und Brandenburg. Parallel starten Funkspots, Bewegtbilder (6, 15 und 20 Sekunden) und Bannerwerbung sowie ein 45-sekündiger Imagefilm im Adressable TV und Kino. Social Media-Aktivitäten flankieren die neue Berliner Pilsner Kampagne.

„Bei unseren Sponsoring- und Event-Partnern wird die neue Kommunikation ebenfalls sichtbar werden, genauso über Promotions oder auf Werbemitteln für Handel und Gastronomie“, kündigt Brand Managerin Kerstin Wegner an.



Wie auch bei der Berliner Pranke, der neuen Sorte unter der Dachmarke BERLINER zum Abhängen mit Freunden, zum gemeinsamen Bierchen zwischen, zum Start in die Nacht: Die jüngste Kreation zeigt auf Plakaten, einer Online-Kampagne und am POS ebenfalls das Motto „Sowas von Berlin“.



Fußballabend. Feierabend. Freiluft-Festival. – drei Motive der neuen Berliner Pilsner Kampagne, die das außergewöhnlich Normale für „Sowas von Berlin“ erklärt. Quelle: Berliner Pilsner/Abdruck honorarfrei

Kunde: Berliner-Kindl-Schultheiss-Brauerei
Tobias Teubner, Marketingleitung
Kerstin Wegner, Brand Management

Agentur: Byrd by Byrd, Berlin

Berliner Pilsner. Sowas von Berlin.

Facettenreich, vielfältig, widersprüchlich: Keine Stadt zeigt so viele Gesichter wie Berlin. Keine Stadt ist so stetig im Aufbruch, Umbruch und Wandel wie die Hauptstadt. Und kein Bier gehört mehr zu ihr als BERLINER: Ob feinherb-spritziges Berliner Pilsner, fruchtig-frisches & leichtes Berliner Radler Naturtrüb oder mild-süffige & starke Berliner Pranke – jedes für sich einzigartig im Charakter. In Getränkemärkten und Spätis, in Restaurants und Szeneclubs, bei Sportveranstaltungen und Musikevents ist die Marke mit dem ikonographischen Bären zu finden – einfach überall dort, wo Menschen dieser Stadt zusammenkommen und gemeinsame Momente erleben. Denn sie ist: Ein Bier wie wir Berliner! Mehr unter: www.berliner-pilsner.de

Bei Rückfragen:

Berliner-Kindl-Schultheiss-Brauerei
Indira-Gandhi-Str. 66-69, 13053 Berlin
Tobias Teubner
Leiter Marketing/PR
Telefon (0 30) 96 09 579
t.teubner@radeberger-gruppe.de

Agentur
UNITED PUBLIC RELATIONS GmbH
Fleher Str. 3, 40223 Düsseldorf
Renate Goergen
Telefon (02 11) 31 60 99 22
goergen@united-pr.de