



PRESSEINFORMATION

„Music on my lips“

Guinness® startet erstmals in Deutschland entwickelte Kampagne

Frankfurt am Main, 25. April 2024 – Unter dem Motto „Music on my Lips“ präsentiert sich Guinness® jetzt erstmals mit einer in Deutschland für Deutschland entwickelten Print- und Bewegtbildkampagne.



Key Visual der Guinness® Kampagne, Foto: Volker Wenzlawski/Abdruck honorarfrei

Auf Citylights und Szene-Plakaten sowie in Online- und Social Media-Kanälen sorgt Guinness® jetzt für Aufmerksamkeit, flankiert von einer Kampagne mit Influencern aus dem Musik- und Lifestyle-Bereich. Der Soundtrack kommt von Rayelle: Die Up and Coming Independent Sängerin aus den USA begeistert mit ihrer unkonventionellen Soundmischung aus Indie, Retro-Soul und Dance-Pop. Ein echter Blickfang ist rund um eine bekannte Sehenswürdigkeit entstanden: Die Berliner Siegessäule hat sich in ein überdimensionales Guinness® Glas auf einer Schallplatte verwandelt– statt in der Realität in einem real wirkenden Social Media Video dank Computer-Generated Image (CGI).

„Mit der Kampagne wollen wir neue, vor allem jüngere Verwender ansprechen, die mit voller Überzeugung sagen: Guinness® feels like music on my lips“, so Jörn Goertz, als Marketingleiter verantwortlich für das internationale Portfolio der Radeberger Gruppe.

Im Mittelpunkt sämtlicher Kommunikationsmaßnahmen steht der Guinness®-Genuss in der Gemeinschaft von Freunden: Irlands „schwarzes Gold“ bringt Menschen auf ein Pint zusammen, über Kontinente und Grenzen hinweg. Wie auch die Musik als thematische Klammer. Denn Musik berührt und beflügelt, prägt Lebenswelten und weckt Erinnerungen und vor allem Emotionen. Eines tut Musik nie: Sie lässt niemals kalt. So, wie Guinness®, das Menschen rund um den Globus begeistert.



Auch in Deutschland hat sich die internationale Premium-Spezialität eine hohe Markenbekanntheit von heute über 80 Prozent erarbeitet. Längst ist Guinness® nicht mehr vorrangig in Irish Pubs gefragt. In zahlreichen Bars und Restaurants wird es ebenfalls gerne genossen, und immer öfter auch zu Hause. Infolgedessen konnte Guinness® seine Marktbedeutung kontinuierlich ausbauen. In der Gastronomie ist der legendäre Genuss ebenso stetig gewachsen wie im Handelsbereich, sogar deutlich: Allein Innerhalb der letzten 20 Jahre hat sich der Guinness®-Absatz allein in diesem Vertriebskanal verdoppelt.

Guinness® wird inzwischen in mehr als 150 Ländern genossen. Die Erfolgsgeschichte des legendären Stouts begann im Jahr 1759, als der damals 34-jährige Arthur Guinness einen Pachtvertrag über sage und schreibe 9.000 Jahre abschloss. Für einen jährlichen Pachtzins von 45 englischen Pfund sicherte er sich die kleine, stillgelegte Brauerei St. James's Gate in Dublin. Schon zehn Jahre später ging die erste Ladung Guinness in den Export. Mit täglich mehr als zehn Millionen genossenen Gläsern zählt Guinness® heute zu den wenigen international bekannten, führenden Biermarken.

Go live der Kampagne: 15. April 2024

Media- und Kreativagentur: OMD Germany



Key Visual der Guinness® Kampagne, Foto: Volker Wenzlawski/Abdruck honorarfrei



Guinness® Computer-Generated Image auf der Berliner Siegestsäule, Screenshot: Robert Bohnke/Abdruck honorarfrei



Ausschnitt aus der Guinness® Bewegtbildkommunikation, Screenshot: Patrice Lange/Abdruck honorarfrei

Über Diageo

Diageo ist der weltweit führende Anbieter internationaler Premium-Spirituosen und Biere. Das Portfolio des in London ansässigen Unternehmens umfasst so bekannte Marken wie Johnnie Walker, Crown Royal, J&B, Buchanan's und Windsor Whiskies, Smirnoff, Cîroc und Ketel One Wodkas, Captain Morgan, Baileys, Don Julio, Tanqueray und Guinness. Diageo ist mit einer Markenpräsenz in mehr als 180 Ländern tätig und wird sowohl an der New York Stock Exchange (DEO) als auch an der London Stock Exchange (DGE) gehandelt. Weitere Informationen über Diageo, die Mitarbeitenden, Marken und Leistungen unter: www.diageo.com. Informationen und Links zum verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol unter: www.DRINKiQ.com



Über die Radeberger Gruppe

Die marktführende Radeberger Gruppe ist in Deutschland exklusiver Vertriebspartner für die Fass-, Flaschen- und Dosenbiere der Marken Guinness, Kilkenny und Hop House 13 von Diageo plc, dem weltweit führenden Anbieter von Premiumgetränken. Weitere Informationen unter: www.radeberger-gruppe.de

Ansprechpartner für die Kampagne

Jörn Goertz

Leiter Marketing Guinness®, Kilkenny, Hop House 13

Radeberger Gruppe KG

✉ webteam@guinness.de