

Karlsberg Echt. Begeistert. Gebraut – Familienmarke Karlsberg zeigt sich im neuen bemerkenswerten Look

Innovativ, mutig und begeisternd: Karlsberg bleibt sich treu und setzt auf Handwerk und Braukunst – Neuprodukt: Kellerbier ab April 2018 auf dem Markt

Sich neu erfinden und sich trotzdem treu bleiben: Das konnte der inhabergeführte Handwerksbetrieb Karlsberg Brauerei, der für seine Innovationskraft bekannt ist, schon immer. Nach einem Relaunch zeigt sich die Familienmarke Karlsberg (UrPils, Helles, Natur Radler, Export, Pils, Feingold, Bock, Weizen) ab sofort in einem neuen, einheitlichen Look. Ab April 2018 wird die Familie durch ein neues Mitglied ergänzt. Die Homburger Brauer präsentieren ihre neueste Brau-Kreation: Karlsberg Kellerbier.

Neuer Auftritt steht für traditionelle Braukompetenz und Begeisterung

Mit einem neuen bemerkenswerten Auftritt stärkt die Karlsberg Brauerei ihre Familienmarke und zeigt zugleich, dass Karlsberg mehr als sein Flaggschiff UrPils ist: Traditionelle Braukompetenz und Innovation sind für Karlsberg zwei Komponenten, die seit der Gründung 1878 ein fruchtbares Zusammenspiel bilden. Mut und Begeisterung fürs Brauen stehen daher auch heute noch im Mittelpunkt des unternehmerischen Wirkens: „**Karlsberg Echt. Begeistert. Gebraut**“ bildet gemeinsam mit dem traditionsreichen Brauerstern in Zukunft das zentrale Versprechen der Familienmarke Karlsberg. Der ursprüngliche Blauton, wie er vor vielen Jahren schon verwendet wurde, wird ab sofort den Auftritt der Familienmarke wieder begleiten.

Signalstarke Etiketten für bemerkenswerte Biere: Standort spielt zentrale Rolle

Bemerkenswert und mit hohem Wiedererkennungswert präsentiert sich der neue einheitliche Auftritt der Produktfamilie Karlsberg: Drei verbindende Elemente bilden den Rahmen des neuen Looks. Jede Sorte zeigt sich in ihrer eigenen signal- und ausdrucksstarken Farbe. Hinzu kommen ein beschreibendes Adjektiv und ein Sortenstern, die die Besonderheit des Bieres hervorheben. Eine zentrale Rolle spielt auch die Heimat der Brauerei: Eine Skizze des Brauerei-Standortes zielt zukünftig das Halsetikett. Denn: Der Standort direkt neben den Homburger Schlossberghöhlen wurde bei der Gründung der Brauerei nicht zufällig gewählt. Die Schlossberghöhlen – die größten Buntsandsteinhöhlen Europas – sorgen für weiches Brauwasser, ideal geeignet zum Brauen von Pilsbieren.

UrPils im komplett grünen Gewand: schlank, modern und zeitgemäß

Karlsbergs Flaggschiff unter den Pilsbieren – Karlsberg UrPils – hüllt sich ab sofort komplett im bekannten UrPils-Grün, ohne verzierende Linien. Das Erscheinungsbild ist insgesamt schlanker, moderner und zeitgemäßer. „Herb-frisch“ und mit dem charakteristischen Magnum-Hopfen im Sortenstern wird das bemerkenswerte Premium-Pils beschrieben.

Da braut sich was zusammen: Neuprodukt Kellerbier steht in den Startlöchern

„Ungefiltert, direkt aus dem Bierkeller – authentischer kann Bier nicht schmecken“ – das sagen die Homburger Brauer zu ihrer neuesten Kreation: dem Karlsberg Kellerbier. Wer es naturtrüb und kräftig mag, findet in diesem Kellerbier hefige Noten und angenehm herben Geschmack perfekt vereint. Ungefiltert bleibt das neueste Mitglied der Karlsberg-Familie bemerkenswert aromatisch, bei 5,2 Prozent Alkoholgehalt, einer Stammwürze von 11,5 Prozent und einer Hopfung von 23 Bittereinheiten. Karlsberg Kellerbier gibt's ab April 2018 in der 0,33 Liter-Stubbi-Flasche in der 20er-Kiste; darüber hinaus für die Gastronomie im 15 Liter- und 30 Liter-Fass.

Neue Karlsberg-Sortenliste sorgt für Impulse im Handel

Im Zuge des neuen Markenauftritts wurde auch die Markenkiste Karlsberg (Stubbi 20 x 0,33 Liter) für den Handel neu gestaltet: Ab April 2018 erscheint die Stubbi-Kiste in signalstarkem Karlsberg-Blau und sorgt für ein einheitliches Markenbild im Handel. Den plakativen Auftritt im Markenblock Karlsberg genießen dann Helles, Kellerbier, Natur Radler, Bock und was noch so alles Bemerkenswertes in Zukunft in der Stubbi-Flasche aus dem Hause Karlsberg kommen wird.

Sondereditionen: UrPils und Natur Radler in der 0,5 Liter-Dose

Zeitgleich mit dem neuen Markenauftritt startet Karlsberg UrPils mit einer Sonderedition, einer 0,5 Liter-Dose, die sich visuell in der neuen Kampagne bewegt: Abbildungen der Karlsberg-Brauer, Designelemente wie der Sortenstern mit Magnum-Hopfen und eine ausführliche Beschreibung des Geschmacks machen diese Dose zu einem bemerkenswerten Hingucker.

Nur für kurze Zeit wird es in der Sommersaison außerdem im neuen Look das Karlsberg Natur Radler in der 0,5 Liter-Dose geben.

Authentische Werbekampagne zur Einführung des neuen Markenauftritts

Die Werbekampagne rund um den neuen Auftritt der Familienmarke Karlsberg startet im April 2018: Sie stellt die echten Karlsberg Brauer und ihre handwerklich gebrauten Produkte in den Fokus – natürlich auch verstärkt das Neuprodukt Kellerbier. Neben Plakatflächen, City Light Postern und Megaboards, wird die neue Kampagne im Saarland und Rheinland-Pfalz auch im Radio und Online kommuniziert. Ein bemerkenswerter Blickfang ist die Karlsberg-gebrandete Saarbahn – diese fährt ab April im neuen Look quer durchs Saarland. Neu ist auch die Website www.karlsberg.de: Modern, mit intuitiver Gestaltung und einfacher Bedienung gibt's hier ab Ende März 2018 emotionale Inhalte rund um die Marke Karlsberg sowie alle Infos zum Sortiment.

Homburg 21.03.2018

Weitere Informationen für die Presse bei Petra Huffer / Laura Staub
Karlsberg.PR.Team | Karlsbergstr. 62 | D-66424 Homburg (Saarpfalz)
Telefon +49 (0)6841 105-414 | Fax +49 (0)6841 105-488 | e-mail pr@karlsberg.de | karlsberg-verbund.de

Pflichtangaben gemäß § 37a HGB: Karlsberg Brauerei GmbH
| Karlsbergstr. 62 | 66424 Homburg | Geschäftsführung: Dr. Hans-Georg Eils, Markus Meyer
Amtsgericht Saarbrücken HRB 17866