

Für Freunde des Hauses und Warsteiner gilt: Nichts ist erfrischender als die Wahrheit

Hamburg, 24. August 2018. Freunde des Hauses um die Geschäftsführer Thore Jung, Annika Thiedke und Boris Schmarbeck sicherten sich den Lead des Kommunikationsetat der Warsteiner Brauerei ab 27. August ist bereits die erste gemeinsame Arbeit zu sehen. Unter dem Motto „Nichts ist erfrischender als die Wahrheit“ startet die Kampagne für die Kernmarke Warsteiner Premium Pilsener im TV und grenzt sich im typischen schwarz-goldenen Design von der üblichen Bier-Kommunikation ab.

Kern der Kampagne sind erfrischende Momente, die auf humorvolle Weise überraschende Bierwahrheiten in Szene setzen. In den bis Mitte November zu sehenden 12- und 15-sekündigen Spots steht einzig das Bier im Mittelpunkt begleitet von Sätzen wie „Eine große Wahrheit eiskalt ausgetrunken“ oder „Zum Glück gibt’s nicht nur eine Wahrheit“.

„Die Menschen da draußen wollen einfach ihr Bier genießen wann und wie es ihnen schmeckt. Und dafür braucht es keine Dachterrasse“, so Boris Schmarbeck, Geschäftsführer Kreation bei Freunde des Hauses.

„Wir fokussieren uns auf das Wesentliche den Genussmoment. Auf digitalen Werbeflächen wird dieser im typischen Warsteiner Design und in einer Portion Humor zu sehen sein. Warsteiner ist etwas Besonderes. Das transportiert die Kampagne über die Werte Echtheit und Authentizität. Auf diese Weise möchten wir langfristig eine starke Position im Markt einnehmen“, erklärt Marcus Wendel, Brand Director der Warsteiner Brauerei.

Zur strategischen und kreativen Schärfung des Markenprofils setzen Warsteiner und Freunde des Hauses auf die Verbindung der beiden Kernwerte: Erfrischung und Wahrheit. Unter der Leitidee „Nichts ist erfrischender als die Wahrheit“ wird dies mit dem Markenclaim „Das einzig Wahre. Warsteiner“ verkettet und legt den Grundstein für die Kommunikation, die im nächsten Jahr weiter ausgerollt wird. Der neue Kampagnenauftritt richtet sich dabei an eine junge Zielgruppe sowie die Stammverwender.

Die TV-Spots werden von verschiedenen Maßnahmen in den digitalen Kanälen sowie bundesweit auf digitalen Werbeflächen in ausgewählten Städten flankiert.

Gemeinsam zum Kern der Marke und des Unternehmens

„Warsteiner ist genau der Typ Kunde, der uns liegt mit dem man wirklich etwas bewegen kann. Offenes Visier, spontane Reaktionen, ehrliche Meinungen, kein Verstecken, keine Angst und eine ebensolche Kampagne“, schwärmt Annika Thiedke, Gründerin und Geschäftsführerin bei Freunde des Hauses, über die Zusammenarbeit.

„Wir wollen der Marke wieder ein deutliches Profil verleihen und Warsteiner zu einem der begehrtesten Biere Deutschlands machen. Mit Freunde des Hauses haben wir eine Agentur gefunden, die unsere Herausforderungen versteht und strategisch auf Augenhöhe mit uns arbeitet“, ergänzt Alessandra Cama, Geschäftsführerin Marketing & Vertrieb der Warsteiner Brauerei.

„Gemeinsam mit Warsteiner diesen Prozess voranzutreiben, ist genau das, wofür wir hier mit Herzblut arbeiten. Je mehr wir uns dem Kern der Marke und des Unternehmens genähert haben, desto mehr Potenzial und Kapital haben wir gesehen. Es brauchte hier vor allem den Mut, die üblichen Klischees konsequent nicht zu bedienen“, freut sich Thore Jung, Gründer und Geschäftsführer Markenstrategie bei Freunde des Hauses.

Ein weiterer Baustein ist das Markenerlebnis im Handel. Damit das Premium Pilsener wieder ganz stilecht präsentiert wird, hat Warsteiner den neuen goldenen Kasten eingeführt, der bis Ende des Jahres deutschlandweit im Handel verfügbar sein wird. Das hochwertige Design unterstreicht den Premiumcharakter der Biermarke und wird mit „Man trägt wieder Pils“ ebenfalls in einem Motiv beworben.

Agentur:

Freunde des Hauses GmbH

Thore Jung, Gründer und Geschäftsführer Markenstrategie
Annika Thiedke, Geschäftsführerin Beratung
Boris Schmarbeck, Geschäftsführer Kreation
Anja Schüling, Leitung Strategie
Marcus Bellstedt, Senior Stratege
Christian Classen, Leitung Beratung
Annette Verbeek, Etatdirektion
Levente Boda, Art Director
Jan Robert Menz, Art Director
Marian Wyrwa, Texter
Jost Kähler, Texter
Anne Hoffmann, FFF
Cora Pulow, Art Buying

FREUNDEDESHAUSES

Werbeagentur GmbH // Lange Reihe 29 // 20099 Hamburg // Fon +49 40-284 08 93-0
Fax +49 40-284 08 93-99 // Geschäftsführung: Annika Thiedke, Boris Schmarbeck, Thore Jung // UST.-Nr. DE 258/722/740 // FA Hamburg-Hansa/HR Hamburg
B102905Commerzbank // IBAN:DE90200400000650865400 // BIC:COBADEFFXXX // HypoVereinsbank // IBAN:DE04200500000010189124 // BIC:HYVEDEMM300
www.freundedeshauses.eu

Regie: Martin Schmid
Produktionsfirma: Jo!Schmid

Kunde: **Warsteiner Brauerei Cramer KG**
Alessandra Cama, Geschäftsführerin Strategie, Marketing & Vertrieb
Marcus Wendel, Brand Director
Jennifer Henke, Brand Manger

Die Werbeagentur FREUNDEDESHAUSES ist keine Agentur für One-Night-Stands. Als echter Freund des Hauses (Unternehmens) genießt die Agentur das Vertrauen, tief in die Gedanken der Entscheider einzutauchen und so nachhaltig Großes zu bewegen und nachweislich etwas zu verändern. 2008 in Hamburg gegründet, arbeitet ein 45-köpfiges Team unter der Leitung der Geschäftsführer Annika Thiedke (Beratung), Thore Jung (Gründer und Gesellschafter) sowie Boris Schmarbeck (Kreation) für Kunden aus den Bereichen FMCG, Handel und Finanzen, unter anderen für Das Erste, Homann, BAUHAUS, Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) und BUDNIKOWSKY.

Sonja Schaub, Pressesprecherin
Lange Reihe 29
20099 Hamburg
t +49 (0)40 284 55 107
m +49 (0)170 636 595
schaub@freundedeshauses.eu