

# Relaunch der Beck's Produkte

Bier ist immer noch eines der Lieblingsgetränke der Deutschen, dennoch ist der Absatz in den vergangenen Jahren gesunken. Für Brauereien wird es daher immer wichtiger, im hart umkämpften Biermarkt mit Innovationen zu überraschen und Impulse zu setzen. Dies können nicht nur neue Produkte sein, sondern auch innovative Kommunikationsmaßnahmen oder ein kreatives Design, das den stark impulsgetriebenen Bierkauf positiv beeinflusst.

So präsentiert zum Beispiel Anheuser-Busch InBev Deutschland seine Marke Beck's seit Kurzem mit einem völlig neuen Außenauftritt. Im Zuge des Relaunches unterteilte Beck's sein Markenportfolio entsprechend der unterschiedlichen Zielgruppen und Verwendungsanlässe in zwei Säulen: einerseits Biere mit vollem Charakter und 4,9 Vol.-% Alkohol (Beck's Pils, Beck's Gold und Beck's Lime) und andererseits fruchtig-herbe Biermischgetränke mit 2,5 Vol.-% Alkohol, die sich vorwiegend an eine jüngere Zielgruppe wenden (Beck's Green Lemon, Beck's Ice, Beck's Level 7, Beck's Chilled Orange sowie die Limited Edition Beck's Black Currant).

Für beide Säulen wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden ein neues Erscheinungsbild erarbeitet und umgesetzt. Für das Primary- (Kronkorken, Halsschleife und Bauchetikett) und Secondary-Packaging (Sixpacks, Logipacks und Dosen) von Beck's Gold sowie für die kompletten Biermischrange wurde ein neues Design entwickelt und konnte damit beide optisch deutlich voneinander differenzieren.

## Beck's Gold: Neuer Style

Bei dem Relaunch von Beck's Gold bestand die Herausforderung darin, das Bier moderner und maskuliner zu gestalten. Dafür wurde der Schwarzanteil im bestehenden Bauchetikett erhöht und dem Primary-Packaging ein neuer edler Auftritt gegeben, ohne dabei jedoch die bekannten und vom Verbraucher gelernten Markenmerkmale abzuändern. So bleibt der Wiedererkennungswert auch beim neuen Design erhalten.



Die Typografie der Subbrand „GOLD“ erhielt einen selbstbewussteren Charakter. Auch Kronkorken und Halsfolie wurden optisch überarbeitet und die vormals kleinteilige Gestaltung deutlich reduziert. Das neue Design gliedert sich nun klar in die Range der Biere mit vollem Charakter ein. Um den Konsumenten auf den „neuen Style“ von Beck's Gold aufmerksam zu machen, wurde ein „Launch-Sixpack“ entwickelt, der seit Markteinführung in den Regalen zu finden ist.

## Beck's Biermischrange: Design-Innovation

Völlig neue Wege wurden bei der Neugestaltung der Biermischrange beschritten. Hier galt es, ein Design zu kreieren, das dem Lifestyle der jungen und mobilen Kernverwender entspricht und eine klare Abgrenzung zu den „Vollbieren“ schafft. Die jüngere Zielgruppe erwartet von „ihren“ Marken eine dem Zeitgeist entsprechende Innovationsfähigkeit. Um hier mithalten zu können und angenommen zu werden, müssen diese sich daher ständig neu erfinden.



Da die Beck's Biermischgetränke sich in der Kernzielgruppe einer großen Belieb- und Bekanntheit erfreuen, und ihre Käufer Innovationen sehr offen gegenüberstehen, konnte eine radikale Änderung gewagt werden. Um eine optische Differenzierung von der Range der vollen Beck's Biere zu erreichen und damit die neue Säulenstrategie zu stärken, wurden bekannte Markenmerkmale beibehalten; sie wurden aber im Bauchetikett der Mixgetränke in einer noch nie dagewesenen hochkantigen Form völlig neu interpretiert. Durch diesen Schritt wurde ein unverwechselbarer Markenauftritt mit gleichzeitig hohem Wiedererkennungswert erzielt: Die Beck's Biermischgetränke heben sich nun deutlich vom Wettbewerb ab und erzeugen einen sehr impactstarken Auftritt am PoS.

## Fazit

Um sich auf dem hart umkämpften Biermarkt durchzusetzen, müssen Brauereien Innovationskraft beweisen und mit neuen Impulsen auf sich aufmerksam machen. Das Packaging Design stärkt die Marke und erhöht den Kaufanreiz und kann je nach Markenstrategie auch unterschiedliche Wege gehen, wie das Beispiel Beck's zeigt: Das Produkt radikal und innovativ erneuern oder behutsam verändern.

*Annika Möller*

Art-Director bei Solutions Branding und Design Companies  
([www.solutions.de](http://www.solutions.de))

