

Revolution im deutschen Biermarkt: Carlsberg bringt 1664 Blanc nach Deutschland

Hamburg, 09.01.2024 – Carlsberg Deutschland präsentiert das angesagte Lifestyle-Bier mit einer überraschend-erfrischenden Citrus-Note: 1664 Blanc erobert ab März 2024 die deutschen Bierregale. Das weltweit gefeierte Phänomen in der blauen, ikonischen Flasche und dem gewissen Twist ist bereits in über 50 Ländern erhältlich und gehört zu den erfolgreichsten globalen Marken im Portfolio von Carlsberg. Mit dem Launch von 1664 Blanc will die Carlsberg Gruppe nun auch auf dem deutschen Markt Erfolgsgeschichte schreiben.

1664 Blanc – die neue blaue Ikone im deutschen Bierregal

Die Einführung von 1664 Blanc ist die größte Carlsberg Deutschland Innovation seit zehn Jahren. Seit 2016 vertreibt die internationale Carlsberg Gruppe das einzigartige Bier weltweit als stylische Marke, die kontinuierlich wächst. Zwar ist der Biermarkt in den letzten Jahren insgesamt eher rückläufig, das internationale Premiumbier-Segment in Deutschland wächst jedoch mit 7,7 % – wobei insbesondere leicht zugängliche Biere im Trend liegen¹. Der milde Geschmack mit erfrischendem Citrus-Twist macht den globalen Shooting-Star daher zur Wachstumschance und stellt mit seinem einzigartigen Vermarktungsansatz eine Revolution im Bier-Segment dar. 1664 Blanc ist ein Lifestyle-Bier, welches wie eine Modemarke vermarktet wird und so nicht bloß Geschmack, sondern auch Trendgespür beweist. Das weckt bei jungen, trendbewussten Konsument:innen und bestehenden Bierliebhaber:innen gleichermaßen Neugier – und spricht dabei auch die weibliche Zielgruppe an, um sie für die Bierkategorie zu gewinnen.

Good taste with a twist: Geschmack, Image und Bierstil in einer blauen Flasche

1664 Blanc ist ein naturtrübes, erfrischend mildes Bier mit überraschender Citrus-Note und einem Hauch von Gewürzen. Der Alkoholgehalt liegt bei 5 %. Eine Marktforschung in Deutschland attestiert der Marke positives Feedback: Die Befragten finden die Markenwelt attraktiv, hochwertig und modern. Auch der Geschmack wird sehr positiv bewertet².

„In einem eher traditionellen, deutschen Biermarkt sehen wir eine erhöhte Nachfrage nach jungen, erfrischenden Innovationen und Vermarktungsansätzen. Mit unserem stylischen Newcomer 1664 Blanc schließen wir eine Marktlücke und bringen internationalen Flair, Erfrischung und Eleganz nach Deutschland. Wir freuen uns darauf, den hiesigen Markt mit einem Lifestyle-Bier zu erobern, das sich in keine Schubladen pressen lässt und geschmacklich sowie optisch in jeder Hinsicht überzeugt“, so Simon Mosegaard Fibiger, CEO von Carlsberg Deutschland.

¹ Nielsen, LEH + GAM ohne A/L/N, Absatzentwicklung Internationale Premium Biere, MAT Sept 2021–2023

² Innofact AG Qualitative Studie, Dezember 2022

Spotlight on: Aufmerksamkeitsstarke Aktivierung zum Launch des neuen Shooting-Stars

Der Marken-Launch von 1664 Blanc wird von einem umfangreichen Vermarktungspaket sowie einer großangelegten Sampling-Offensive mit einer halben Millionen Flaschen im zielgruppenrelevanten Umfeld begleitet. Zur Verkaufsförderung findet im Frühjahr 2024 eine reichweitenstarke Launch-Kampagne mit nationaler Digitalwerbung, C-TV- und unübersehbarer OOH-Kommunikation (Giant Poster, Digital-OOH, Luxus-OOH im Shopping Umfeld) in den Städten Hamburg, Berlin und Düsseldorf statt. Hinzu kommen ein PR- und Influencer-Event zum Launch sowie Kooperationen im passenden 1664 Blanc Lifestyle-Umfeld. So ist 1664 Blanc ab Juli offizieller Partner der Berlin Fashion Week, mit einem weiteren Kampagnenpush parallel zum Beginn der zahlreichen Fashion Shows in der Hauptstadt. Und auch bei der diesjährigen OMR, eine der größten Digitalmessen Europas in Hamburg, tritt die blaue Flasche als offizieller Partner auf. Dabei wird die Marke stets spannend inszeniert, sodass die Besucher:innen sich nicht nur geschmacklich überzeugen lassen, sondern auch in das blaue Universum von 1664 Blanc eintauchen können.

Unterstützt wird der Launch im Handel zudem durch stylische Aktivierungen: Am POS erwarten die Kund:innen passende Premium-Displays sowie 300 Großplatzierungen mit 1664 Blanc blauen Fashion-Schirmen und Premium-Stehtischen. Für die City-Märkte werden Kleinstdisplays bereitgehalten. Zusätzliche „Blue-Hour“-Aktivierungen in der Gastronomie und im E-Commerce verleihen 1664 Blanc genau das Spotlight, das es verdient.

1664 Blanc ist ab Januar in der Gastronomie im 20 l DraughtMaster-Fass und ab März im Handel – sowohl als 6 x 0,33 l Mehrwegflasche (UVP 7,49 €) und Einzelflasche (UVP 1,25 €) – erhältlich.

Über 1664 Blanc:

Seit 2016 vertreibt die internationale Carlsberg Gruppe das einzigartige Bier weltweit als stylische Marke, die kontinuierlich wächst. Und das mit großem Erfolg: Inzwischen ist das angesagte Lifestyle-Bier mit erfrischendem Citrus-Twist und 5 % Alkohol in über 50 Ländern bei Bierliebhaber:innen und Fashionistas gleichermaßen beliebt. Die stylische Optik der blauen, ikonischen Flasche verwandelt dabei jeden noch so alltäglichen Anlass in ein ganz besonderes Highlight – ob bei Feierlichkeiten, Besuch von Freund:innen oder fürs gemeinsame Kochen: 1664 Blanc ist das Must-Have für besondere Momente.
www.1664blanc.com

Pressekontakt:**SGC**

Nikolai Keidel
Unit Lead FMCG / Food & Beverage
Mühlenkamp 63a
22303 Hamburg

Telefon: 040-20 934 823 27
E-Mail: nikolai@sgc-agency.com

Carlsberg Deutschland GmbH

Fabienne Gützkow
Unternehmenskommunikation
Jürgen-Töpfer-Str.50, Haus 18
22763 Hamburg

Telefon: 040-38 101 882
E-Mail: fabienne.guetzkow@carlsberg.de