

Somersby präsentiert neues Markendesign: Frischer Look für die Premium-Cider-Marke

Hamburg, 28.10.2024 – Die Kreativagentur Born Ugly hat in Zusammenarbeit mit der Carlsberg-Gruppe ein neues, erfrischendes Design für die Cidermarke Somersby erarbeitet. Der neue Markenauftritt wird weltweit sukzessive ausgerollt. Dabei hebt der Look die Marke stärker hervor, erleichtert Verbraucher:innen die Orientierung innerhalb des Somersby-Portfolios und sorgt für einen einheitlichen Markenauftritt über alle Länder hinweg.

„Erfrischend optimistisch“ – das zentrale Markenversprechen von Somersby spiegelt sich nun stärker im Design wider und wird mit fruchtigen Illustrationen und spielerischen Elementen unterstützt. Der prominente Somersby-Baum wurde neu gestaltet, um ihn zu einer Ikone zu machen, mit einer vereinfachten, besser erkennbaren Form. Die Somersby-Wortmarke wurde ebenfalls angepasst, um die optimistische Essenz der Marke widerzuspiegeln. Darüber hinaus wurden die Sortennamen herausgestellt. Der dadurch entstandene natürliche Look sowie die höhere Sichtbarkeit der Marke sorgen für eine verbesserte Sortendifferenzierung und unterstreichen den Premium-Appeal des Ciders. Insgesamt stärkt die Auffrischung die Position von Somersby als führende Marke in einer zunehmend wettbewerbsintensiven Kategorie und verdeutlicht gleichzeitig die Positionierung als Power-Marke im Rahmen der Wachstumsstrategie der Carlsberg-Gruppe im „Beyond Beer“-Segment.

Anna Katrine Drumm-Hakim, Global Brand Director für Somersby: „Die neue Markenidentität ist ein großer Schritt für Somersby, um geselliger und relevanter zu werden. Mit Born Ugly haben wir eine Markenwelt geschaffen, die es Somersby ermöglicht, sich auf eine bunte und erfrischende Weise zu zeigen. Wir glauben, dass diese Entwicklung uns helfen wird, in einer schnell wachsenden Kategorie von Beyond Beer unverwechselbar zu werden.“

Somersby ist die größte internationale Cider-Marke der Welt und in Deutschland mit einem Umsatzanteil von 55 % inzwischen Marktführer im Cider-Segment. Trotz vieler neuer Wettbewerber behauptet die Marke ihre Spitzenposition, indem sie sich regelmäßig hinterfragt, eine gewisse Dynamik bewahrt und unmittelbar auf aktuelle Trends eingeht und diese setzt – und das mit Erfolg: Seit 2014 hat sich das Wachstum in Deutschland verzehnfacht.

Hierzulande, als einer der ersten Märkte in Westeuropa, wird das neue Design in den kommenden Wochen auf den Dosen zu sehen sein. Die Flaschen und Umverpackungen werden sukzessive folgen, sodass der neue Markenauftritt in Deutschland bis Ende März 2025 über alle Touchpoints hinweg zu sehen ist. Somersby's Design ist Teil eines umfassenderen, ehrgeizigen Wachstumsplans und ein entscheidender Bestandteil der strategischen Ausrichtung der Marke.



Über Somersby:

Seit 2014 begeistert die internationale Erfolgsmarke mit skandinavischem Ursprung auch die Modern Cider-Fans in Deutschland. Somersby ist die Erfrischung für alle Optimist:innen und perfekt zum Teilen – mit Freund:innen, der Familie und unerwarteten Bekanntschaften. Mit 4,5 % Alkohol und fünf fruchtigen Sorten ist für jeden Geschmack das Richtige dabei. Fans von knackigen Äpfeln entscheiden sich für Somersby Apple. Somersby Blackberry bietet das Aroma leckerer Brombeeren. Mit erfrischendem Rhabarber-Geschmack punktet Somersby Red Rhabarb und die Sorte Mango & Lime begeistert mit dem Aroma saftiger Mangos und Limetten. Seit 2023 überzeugt Somersby Orange Spritz mit bittersüßer Geschmacksnote. Somersby ist Teil der Carlsberg Deutschland-Gruppe. www.somersbycider.de

Pressekontakt:

RCKT – GmbH
Yvonne Kollosche

Lützowstraße 106
10785 Berlin

Telefon: 0173 3824183

E-Mail: carlsbergpress@rckt.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