



Interview Raúl Alarcón, Tyskie

Erzählen Sie uns zuerst etwas zu Ihrer Person: Wer sind Sie und was machen Sie bei TYSKIE? Wie sah ihr bisheriger Werdegang in der Getränkeindustrie aus?

Antwort: Mein Name ist Raúl Alarcón und ich bin seit 2012 als Marketing Manager bei SAB Miller Brands Europe verantwortlich für die internationalen Biermarken Tyskie, Peroni, Miller und Grolsch in Deutschland. Durch ein Stipendium bin ich aus Mexico nach Deutschland gekommen, um ein MBA-Studium zu absolvieren. Nach dem Abschluss war ich bei DIAGEO Germany 9 Jahre im Bereich Marketing und Customer Marketing verantwortlich für unterschiedliche Marken und Projekte, unter anderem für die Marken Captain Morgan, Tequila Jose Cuervo, Yeni Raki und Smirnoff.

Für alle, die TYSKIE noch nicht kennen. Erzählen Sie uns etwas über das Produkt!

Antwort: Tyskie ist ein vollmundiges Premiumpils mit mildem Hopfenaroma, feiner Apfel- und Bananennote und feinbitter im Nachtrunk. Erfrischend und bodenständig – typisch polnisch eben. Und es wird immer beliebter: Tyskie ist nicht nur die größte Biermarke in Polen, sondern mit Abstand auch die beliebteste polnische Biermarke in Deutschland. Und im Vergleich zu anderen internationalen Marken holen wir weiter auf: Aktuell sind wir Nummer 4 unter den Importbieren in Deutschland, in Nordrhein-Westfalen sogar meistverkaufte internationale Marke im Handel. Mit einem Wachstum von deutlich über 50 Prozent innerhalb der vergangenen fünf Jahre ist Tyskie außerdem eine der am stärksten wachsenden internationalen Marken im deutschen Biermarkt. Unser Bier wurde schon mehrfach auf internationalen Bierfestivals ausgezeichnet. Wir haben bereits zwei Mal die Goldmedaille für das weltbeste Bier, den „Brewing Industry International Award“, beim angesehensten Bierfestival der Welt gewonnen. Das ist die höchste Auszeichnung für ein Bier, darauf sind wir natürlich besonders stolz.

Spielt Pils in Polen eigentlich eine genau so große Rolle wie in Deutschland?

Antwort: Ja, absolut. Polen und Deutsche haben mehr gemeinsam als sie denken, zumindest, wenn es um die wirklich wichtigen Dinge geht: Die Polen lieben – genau



Exklusiv-Interview About-Drinks

wie die Deutschen – nichts mehr als Bier, Wurst und Grillen.

TYSKIE bringt mit seinen Sommerfesten alljährlich polnisches Flair in die Bundesrepublik. Was genau sind die Sommerfeste?

Antwort:

Die Tyskie-Sommerfeste sind 2010 aus einem kleinen von Tyskie veranstalteten Fußball-Turnier entstanden. Inzwischen ziehen die Open-Air-Veranstaltungen je nach Location bis zu 15.000 Besucher an. Fußball wird nicht mehr gespielt, aber nach wie vor sind die Feste typisch polnisch: Es gibt leckere polnische Spezialitäten wie bei Mama, polnische Live-Acts auf der Bühne für die richtige Stimmung und ein Rahmenprogramm für die ganze Familie. Wir gehen mit den Festen dorthin, wo unsere Zielgruppe ist, also dorthin, wo die polnische Community stark vertreten ist. Dieses Jahr waren wir in Dortmund, Wiesbaden und Leverkusen – und überall war die Resonanz großartig. Selbst wenn das Wetter mal nicht so mitgespielt hat, wie zuletzt in Leverkusen, haben sich die Leute nicht abhalten lassen. Für die große polnische Community sind die Feste inzwischen ein fester Termin im Kalender. Aber natürlich sind auch alle Neugierigen willkommen, die ein bisschen polnisches Lebensgefühl schnuppern und die polnische Feierkultur kennenlernen wollen.

Was waren die Highlights der Sommerfeste?

Antwort: In diesem Jahr waren allein schon die Locations echte Highlights: die Galopprennbahn in Dortmund, die Brita Arena in Wiesbaden und die BayArena in Leverkusen. Wir haben wieder viele Stars aus Polens Musikszene nach Deutschland gebracht – ein Highlight war sicher der Auftritt des polnischen Superstars Doda in Leverkusen. Die Sängerin wird auch „Helene Fischer Polens“ genannt. Das Sahnehäubchen zum Abschluss der Sommerfest-Saison!

Stimmt es, dass TYSKIE mit Sirup getrunken wird?

Antwort: Ja, das ist ein polnischer Brauch und tatsächlich trinken viele unserer Konsumenten – vor allem Frauen – Tyskie mit einem Schuss Himbeersirup. Das ist der beliebteste Biermix auf polnischen Festen.



TYSKIE war daneben mit einigen außergewöhnlichen Events in Deutschland aktiv – man denke an die Krakauer Challenge. Was war das?

Antwort: Wir wollten die Marke Tyskie als Premiummarke auf neutralem Territorium präsentieren. Deshalb haben wir auf einem der schönsten Plätze Kölns einen deutsch-polnischen Grillwettbewerb veranstaltet: die Krakauer-Challenge – polnische Krakauer gegen die typisch deutsche Bratwurst. Das Publikum hat die Wurstkreationen gekostet und konnte abstimmen. Eine gelungene, aufmerksamkeitsstarke Aktion: Die Gäste vor Ort waren begeistert und die Presseresonanz war großartig. Ein weiterer Baustein unserer Marketing-Aktionen in dieser Richtung ist das Krakauer-Mobil. Mit der mobilen Grill-Station waren wir diesen Sommer quer durch Deutschland unterwegs und haben bei Guerilla-Aktionen in Parks und auf öffentlichen Plätzen Wurst und Bier verschenkt. Mit diesen kleinen, sympathischen, unkonventionellen Events wollen wir die Marke auch für die übrigen Konsumenten wahrnehmbar und erlebbar machen.

Ist TYSKIE denn außergewöhnlich und anders im Gegensatz zu anderen Pilsmarken? Will man sich so von diesen unterscheiden?

Antwort: Was die Marke Tyskie so besonders macht, ist die Verbindung zu Polen. Das Bier wurde 1629 in Tychy zum ersten Mal gebraut, ist in Polen schon lange sehr beliebt und hat sich erst im Verlauf der letzten Jahre zu einer internationalen Premiummarke entwickelt. Gerade Deutschland, wo viele Menschen mit polnischen Wurzeln leben, die traditionell eine enge Verbindung zu ihrer Heimat haben, bietet für das polnische Traditionspils, das international immer erfolgreicher wird, eine große Zielgruppe. Unsere Kommunikation ist deshalb sehr genau auf diesen ethnischen Aspekt zugeschnitten. Das betrifft nicht nur Events wie die Sommerfeste und die Krakauer-Challenge, sondern auch Facebook, aufmerksamkeitsstarke Handelsaktionen oder zum Beispiel die Plakatkampagne, bei der wir mit in der polnischen Sprache verwendeten Lehnwörtern aus dem Deutschen gespielt haben.

Welche Aktivitäten oder Events sind für dieses Jahr noch geplant?

Antwort: Die Sommerfest-Saison ist für dieses Jahr vorbei, aber auch in den kommenden Monaten sind Konsumentenaktionen auf Facebook geplant, zum Beispiel zum polnischen Fest Andrzejki, der letzten großen Feier vor dem Advent. Gerade beginnen außerdem schon wieder die Planungen für die großen Aktionen



Exklusiv-Interview About-Drinks

und Events im nächsten Jahr. Es bleibt also spannend und man wird auf jeden Fall von uns hören.

Pressekontakt

Raúl Alarcón

Marketing Manager Deutschland
SABMiller Brands Europe, Niederlassung Deutschland
Konrad-Adenauer Ufer 5-7
50668 Köln
Tel.: +49 221 126067-0
E-Mail: raul.alarcon@sabmiller.com

Friederike Duvenbeck

K1 Gesellschaft für Kommunikation mbH
Sachsenring 40
50677 Köln
Tel.: +49 221 22277-21
E-Mail: duvenbeck@k1-agentur.de

Über TYSKIE Pils in Deutschland

TYSKIE ist nicht nur die größte Biermarke in Polen, sondern auch mit Abstand die größte polnische Biermarke in Deutschland. Mit einem Wachstum von rund 54 Prozent innerhalb der vergangenen fünf Jahre ist TYSKIE außerdem eine der am stärksten wachsenden internationalen Marken im deutschen Biermarkt. TYSKIE ist aktuell Nr. 4 unter den Importbieren, in Nordrhein-Westfalen sogar meistverkaufte internationale Marke im Handel. Beliebt ist das Pils nicht nur bei polnischstämmigen Mitbürgern, auch deutsche Bierkenner schätzen die internationale Premiummarke. TYSKIE verbindet gleichermaßen Tradition und Moderne und steht für höchste Qualität und edelsten Geschmack. Die Marke wurde bereits mehrfach auf internationalen Bierfestivals prämiert. Zum zweiten Mal gewann TYSKIE 2005 die bedeutendste Auszeichnung im internationalen Biermarkt: den Preis für das weltbeste Bier, „The Brewing Industry International Award“. Die TYSKIE Brauerei, als Teil von Kompania Piwowarska SA, hat sich in den letzten Jahren von einer regionalen zu einer internationalen Marke entwickelt und TYSKIE als Premiumbier etabliert. In Deutschland wird TYSKIE von der SABMiller Brands Europe a.s. Niederlassung Deutschland als Vertriebs- und Marketingniederlassung mit Sitz in Köln vertreten.

www.tyskie-pils.de

