

Die 5 erfolgreichsten Brauereien Deutschlands und deren Werbevergleich

Zu den 5 erfolgreichsten Bierbrauereien gehören die Beck & CO mit Beck´ s, das Haus Kramer mit Warsteiner, die Bitburger Brauerei mit Bitburger, die Krombacherbrauerei mit Krombacher und die Brauerei C&A Veltins mit dem Bier Veltins. Es ist wissenschaftlich bewiesen, dass Werbeanzeigen in Printmedien nur wenige Sekunden wahrgenommen werden. Aus diesem Grund muss die Werbung besonders ansprechend gestaltet werden. Bei Printmedien könnte man die Faustformel „viel Bild, wenig Text“ aufstellen, denn die Texte auf Printmedien werden meist erst gar nicht gelesen. Deshalb sollte man auf lange Texte verzichten und stattdessen ein Werbespruch und ein ansprechendes Bild gestalten.

Schaut man sich die Printwerbung der oben genannten Brauereien und ihrer einzelnen Biermarken an, erkennt man einige Gemeinsamkeiten. Ich habe hier 5 Printmedien von den 5 verschiedenen Biermarken (Krombacher, Warsteiner, Veltins Malz, Bitburger und Beck´ s) anhand folgender Fragestellungen miteinander verglichen:

- **Wie ist das Plakat aufgebaut?**
- **Wer soll angesprochen werden?**
- **Welche Bedürfnisse werden angesprochen?**
- **Was ist die Kernaussage?**
- **Wie glaubwürdig ist die Werbung?**
- **Wie auffallend ist die Werbung?**

Schauen wir uns zunächst das Werbeplakat vom **Krombacher Pils** (siehe Anhang 1). an. Ob nun in der Fernsehwerbung, in Zeitschriften, in Magazinen, im Internet oder auf Plakaten, wer kennt die idyllische kleine „ Krombacher-Insel „ schon nicht? Diese Insel ist durch die Krombacher Werbung berühmt geworden!

(Das Plakat hat als „Überschrift“ den Namen „Krombacher“ in fettgedruckter weißer Schrift). Auf dem Plakat sehen wir im Hintergrund diese schöne Insellandschaft in schönen natürlichen Farben (grün und blau- Tönen) und im Vordergrund sehen wir eine so genannte NRW-Flasche in brauner Farbe! Auf dieser Flasche ist das traditionelle Krombacher-Pils Etikett drauf. Was sofort ins Auge sticht ist dieser leuchtende „lichtstern“, der sich auf dem goldenen Flaschendeckel befindet. Neben der Flasche sehen wir ein traditionelles Krombacher Bierglas, das zu $\frac{3}{4}$ mit Krombacher-Bier gefüllt ist und das letzte viertel ist mit ganz klarem weißen Bierschaum, der über das Glas ragt, befüllt. Das Bier sieht frisch aus und hat eine schöne goldene Farbe. Auf der rechten Seite neben der Flasche hat man einen Werbeslogan, mit der Aussage **“EINE PERLE DER NATUR“** stehen. Dieser Werbeslogan ist in weißer Druckschrift geschrieben und die 4 Wörter sind untereinander geschrieben und nicht wie gewöhnlich nebeneinander. Bei diesem Plakat werden alle Biertrinker und Naturliebhaber angesprochen. Natürlich werden auch andere Personen wie z.B. Jugendliche und nicht Biertrinker indirekt angesprochen! Es gibt Menschen, diese sehen sich das Plakat nur wegen der schönen Insel an und andere wiederum nur wegen dem Bier! Das Gesamtbild symbolisiert natürlich Frische, was hier auch als Kernaussage gilt. Zur Glaubwürdigkeit dieses Bildes kann

man sagen, dass sowohl die Insellandschaft als auch die Bierflasche bzw. das Glas mit Computerprogrammen bearbeitet worden sind. Vergleicht man die Insellandschaft auf dem Plakat mit einem „Original-Foto“, so sieht man da natürlich Unterschiede, vor allem in den Farben (siehe Anhang 2). Dieses Plakat ist sehr ansprechend gestaltet. Die Farben, die miteinander harmonisieren und dieser kurze Werbeslogan tragen einen sehr großen Teil dazu bei.

Als nächstes schauen wir uns das **Warsteiner- Plakat** an (siehe Anhang 3). Dieses Plakat ist im Gegensatz zum Krombacher- Plakat, mit einem dunklen Bild gestaltet. Das Bild im Hintergrund zeigt eine Straße und ein Wohnhaus bei Dämmerung. Vor dem Wohnhaus stehen drei falsch geparkte Autos und ein Fahrrad. Das einzige was hell ist auf diesem Hintergrundbild, ist das Licht das in goldener Farbe aus den drei obersten Fenstern des Hauses scheint. Rechts über dem Haus steht in weißer Schrift „*Klassentreffen...*“ geschrieben und auf der linken Seite etwas unterhalb der goldenen Fenster steht, „*...ein goldener Moment*“, geschrieben. Im Vordergrund des Bildes ist ein Bierglas, das mit dem Warsteiner Logo beschmückt ist und mit goldenem, (das gleiche Gold wie das, was aus dem Fenster scheint), Warsteinerbier gefüllt ist. Auch hier ragt aus dem Glas der klare weiße Bierschaum heraus. Das Warsteinerglas steht auf einer weißen Oberfläche, worauf mit schwarzer Schriftfarbe das Warsteinerlogo „**DAS EINZIG WAHRE**“ „**WARSTEINER**“ geschrieben steht. Mit diesem Werbeplakat sollen alle Biertrinker angesprochen werden, aber vor allem will man damit auch Frauen ansprechen, die man zum Biertrinken bringen will. Deshalb auch die Krone und die Aussage „*Die Königin unter den Bieren*“, die vor 50 Jahren zum Logo hinzukam, auf dem Warsteiner Logo!

Die Kernaussage ist, „dass einzig wahre Bier“, dass man zu allen goldenen Momenten, wie zum Beispiel bei einem Klassentreffen genießen sollte. Dieses Plakat ist sehr auffallend gestaltet. Der Kontrast zwischen den dunklen Farben im Hintergrund und dem goldenem Bier ist sehr auffällig und gut gelungen.

Nun kommen wir zum **Veltins alkoholfreiem Malzbier** Plakat (siehe Anhang 4).

Dieses Plakat ist etwas anders gestaltet, als die vorherigen. Hier geht der erste Blick nicht auf das Bier, wie bei den meisten Plakaten, sondern auf den Spruch, der im Vordergrund in weißer Fettschrift geschrieben steht: „**Energie, die erfrischt**“. Erst danach geht der Blick zum eigentlichen Produkt, dem Veltins Malz alkoholfrei! Bei diesem Plakat wurde mit warmen Farben gearbeitet, die verschiedenen Rot-Töne harmonisieren sehr gut mit den gelb- Tönen und der rötlich- braunen Longneck- Flasche. Auf der Flasche ist das traditionelle Veltins- Etikett zu sehen, allerdings mit der weiteren Aufschrift „*Malz alkoholfrei*“. Links neben der Flasche steht mit weißer Schriftfarbe „*mit Traubenzucker- alkoholfrei*“ geschrieben. Es ist auch eine weiße Fläche unten auf dem Plakat zu sehen. Auf dieser Fläche befindet sich der Veltins Malz-Slogan „**VELTINS Malz Schmeckt frisch, macht frisch**“ und das traditionelle Veltins- Malz- Logo. Dieses Plakat soll eher jüngere Leute und Sportler ansprechen. Jugendliche will man damit natürlich auch sehr ansprechen. Die Kernaussage dieses Plakates ist, „**Energie, die erfrischt**“, oder „**das Leben genießen in aller Frische**“, mit diesem Plakat will man sagen, dass auch Sportler und Jugendliche zum Bier greifen können, dass ihnen sogar Energie verschafft. Dieses Plakat fällt sofort auf, nicht zuletzt wegen den auffällig roten Farben. Dies ist einer der wenigen „Veltins Malz“ Plakate, denn Veltins konzentriert sich eher auf die Werbung für ihre anderen Produkte wie zum Beispiel: Pils, Weißbier, alkoholfreies Bier und Biermix Getränken.

Kommen wir nun zum **Bitburger Radler**- Plakat (siehe Anhang 5).

Auf diesem Plakat sehen wir, dass hier wieder das Bier im Vordergrund steht. Es ist eine Bitburger Radler Longneck- Flasche und ein Bierglas, das mit „goldenem Bier“ gefüllt ist. Auch der berühmte weiße klare Bierschaum wurde hier nicht vergessen. Auf der linken unteren Seite sehen wir das Bitburger Logo mit dem Zusatz Radler, dass „**Bitte ein Bit**“ darf natürlich auch nicht fehlen! Als Hintergrundbild hat man hier ein spritziges Wasserbild genommen, außerdem sind noch Felsen zu sehen. Rechts oben auf dem Bild steht in großer weißer Schrift „**Bitburger Radler**“. Dieses Plakat soll Menschen ansprechen, die es gerne spritzig mögen und auch mal was anderes als „normales Bier“ probieren wollen. Hier braucht man natürlich auch die Hintergrund Informationen, was den eigentlich Bitburger Radler ist! Es ist eine Mischung von Feinherben, Bitburger Premium Pils und Zitronenlimonade. Diese Hintergrundinformationen verschwinden auf diesem Plakat, das heißt also, wenn jemand nicht weiß was Bitburger Radler ist, interessiert ihn das Plakat möglicherweise nicht!

Im Großen und Ganzen kann man auch zu diesem Plakat sagen, dass es gut gelungen ist und auffällig gestaltet ist. Die Kernaussage ist hier „**spritzig- frischer- Geschmack**“, ob dies auch in der Realität tatsächlich zutrifft, muss jeder individuell entscheiden.

Zum Schluss kommen wir zum **Beck`s** Plakat (siehe Anhang 6).

Dieses Plakat unterscheidet sich von den anderen Plakaten insofern, dass es kein Werbeslogan oder keine richtige Kernaussage enthält. Auf diesem Plakat sehen wir im Hintergrund eine Stadt bei Nacht. Das Hintergrundbild besteht ausschließlich aus schwarzen und weißen Farben. Im Vordergrund auf der linken Bildseite, steht das Beck`s Bier in der grünen Flasche. Auf der Flasche ist natürlich wieder das Beck`s Logo enthalten. Obwohl man hier keine Worte bzw. Slogans benutzt, könnte man aus diesem Bild raus interpretieren, dass das Beck`s spritzig ist.

Das zeigt vor allem die Longneck- Flasche, die als Inhalt ein spritzig sprudelndes Bier zu enthalten scheint.

Angesprochen wird mit diesem Bild jeder Biertrinker und jeder potentielle Biertrinker. Auch dieses Plakat ist ein auffallend gestaltetes Plakat. Die dunkle Hintergrundfarbe, die mit den weißen Lichtern und im Vordergrund mit der grünen Flasche abgerundet wird, macht das Plakat zu einem Hingucker!

Vergleich aller 5 Plakate

Wir haben gesehen, dass die Plakate alle gleich aufgebaut sind. Sie bestehen alle aus einem Hintergrundbild und das Bier wird in den Vordergrund gestellt. (Die Farben harmonisieren oft miteinander, aber auch Kontrast Farben zeigen einen positiven Effekt). Man kann auch einen Slogan oder die Kernaussage (des Bildes oder des Unternehmens) in den Vordergrund stellen (siehe Veltins). Manche verzichten ganz auf einen Slogan wie z. B. bei dem Beck`s Plakat (siehe Beck`s). Das jeweilige traditionelle Marken- Logo darf natürlich auch nicht auf den Printmedien fehlen, in diesem Fall das Plakat.

Im Großen und Ganzen kann man sagen das die Werbung durch Printmedien ein gutes Mittel sind um potentielle Biertrinker auf sich aufmerksam zu machen, dennoch würde man meiner Meinung nach mit Fernsehwerbung mehr Menschen erreichen!