



Asahi Brands Germany GmbH bringt Tyskie Gronie im 0,33l Sixpack in Zusammenarbeit mit H. C. Drinks Solutions GmbH auf den deutschen Markt

Köln, 02.05.2024: Pünktlich zu den Sommermonaten erfüllt Tyskie seiner Zielgruppe den Wunsch nach einem kleineren Flaschenformat und launched Tyskie Gronie 0,33l. Ab Juni bietet Asahi Brands Germany GmbH sein beliebtes Produkt Tyskie Gronie in der Longneck 0,33-Liter-Flasche an. Ermöglicht wurde der Launch der neuen Flaschengröße durch die neugeschlossene Zusammenarbeit mit der H. C. Drinks Solutions GmbH, einer Tochter der Haus Cramer Gruppe. Sie wird Tyskie nach Rezept in der zur Haus Cramer Gruppe gehörenden Brauerei am Standort Warstein brauen und abfüllen.

0,33l – die perfekte Größe für die urbane Zielgruppe und der Weg in den Einzelhandel

Eine konsequente Markenführung und die eng am Konsumenten orientierten Marketingkonzepte bilden das Fundament für kontinuierlichen Erfolg. In den letzten Jahren hat sich Tyskie so in Deutschland vor allem in urbanen Communities zum populären Szenebier für Momente mit Freunden etabliert. Als Antwort auf diese Entwicklung ist die Neueinführung von Tyskie Gronie 0,33l im Sixpack ein weiterer Schritt, um der Nachfrage und steigenden Beliebtheit gerecht zu werden. Die neue Gebindegröße ermöglicht es Tyskie die Verfügbarkeit im deutschen Handel breiter aufzubauen, neue Regionen zu erschließen und die Wachstumsstrategie der Marke voranzutreiben.



Nachhaltigkeit – der Faktor für die Suche nach einem Partner

Die neu gegründete H. C. Drinks Solutions GmbH bietet ein End-to-End-Angebot, das hinsichtlich Qualität und Nachhaltigkeit in der Lieferkette den Anforderungen von Tyskie gerecht wird. Das Tyskie Gronie in der 0,33l Flasche wird zusammen mit dem Getränkeunternehmen in der Warsteiner Brauerei nach Tyskie Rezept gebraut und in der beliebten Longneck-Flasche abgefüllt. Diese Entscheidung ermöglicht nicht nur eine effiziente Produktion, sondern trägt auch zur Ressourcenschonung bei, denn die Longneck-Flasche ist eines der meistverwendeten Gebinde in Deutschland. Als Poolflasche kann sie durch Mehrwegpools von vielen Getränkeherstellern genutzt werden. Sie vereinfacht die Flaschensortierung und verkürzt Transportwege.

Eine Partnerschaft mit Potenzial

Asahi Brands Germany GmbH ist stolz darauf, das erste Mal in der Unternehmensgeschichte Tyskie gemeinsam mit einem deutschen Partner zu brauen. Diese Zusammenarbeit eröffnet neue Möglichkeiten und unterstreicht das Bestreben von Asahi Brands Germany GmbH, den Kunden stets ideale Lösungen zu bieten. *„Um noch näher an unsere Zielgruppe zu agieren und deren Anforderungen gerecht zu werden, reifte seit einiger Zeit die Überlegung unser erfolgreiches Tyskie Gronie in einer 0,33-Liter-Flasche einzuführen – und das so effizient und nachhaltig wie möglich. Mit der Haus Cramer Gruppe und ihrer H. C. Drinks Solutions haben wir den idealen Partner gefunden, mit dem wir unserem Tyskie Rezept und unserer Marke treu bleiben“,* so Jan Krafka, Country Director bei der Asahi Brands Germany GmbH, *„Es ist ein Novum in unserer Unternehmensgeschichte, dass wir unser Tyskie Gronie zusammen mit einem deutschen Partner brauen. Wir freuen uns auf einen neuen Abschnitt in der Geschichte der Asahi Brands Germany GmbH“.* Die Relevanz der Zusammenarbeit der beiden Unternehmen bestätigt Adriano Leo, Direktor Business Development und Geschäftsführer der H. C. Drinks Solutions GmbH: *„Mit der ASAHI Getränkegruppe als neuen Kunden positionieren wir uns über alle Supply-Chain- Prozesse hinweg als starken Dienstleistungspartner für Markenproduzenten. Wir freuen uns sehr über das große Vertrauen der ASAHI Gruppe und die Chance, die sich daraus für die Weiterentwicklung unsere Getränkegruppe bietet.“*

Der Launch des 0,33-Liter-Sixpacks im Sommer wird von einer Multichannel Mediakampagne begleitet, die digitale Medien, Social Media, Out-of-Home-Werbung und umfangreiche Samplingmaßnahmen an relevanten Touchpoints umfasst.



Bild- und Pressematerial: [Download hier](#)

Pressekontakt für den deutschen Markt

haebmau ag

Giuseppina Bruni

giuseppina.bruni@haebmau.de

haebmau ag

Malu Nitsche

malu.nitsche@haebmau.de

Über die Marke TYSKIE in Deutschland:

TYSKIE ist eine renommierte Biermarke mit einer fast 400-jährigen Brautradition. Das erste Mal 1629 gebraut in der Brauerei in Tychy steht TYSKIE für ein Bier, das Tradition und Moderne perfekt verbindet. Die urbane Biermarke lädt mit dem Claim „Take it Tyskie“ die Konsumenten dazu ein, sich selbst und das Leben nicht zu ernst zu nehmen und einfach den Moment zu genießen. Zur TYSKIE Markenfamilie zählen neben dem Flaggsschiff TYSKIE Pils auch das TYSKIE Radler und die alkoholfreie 0.0 %-Variante. TYSKIE ist als Marke seit 2017 erfolgreicher Teil des Asahi Brands Germany GmbH Portfolios www.tyskie-pils.de.

Haus Cramer Gruppe:

Die Haus Cramer Gruppe ist ein familiengeführtes Getränkeunternehmen mit Sitz im sauerländischen Warstein, das sich über neun Generationen hinweg zu einem weltweit agierenden Betrieb mit rund 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entwickelt hat. Das Unternehmen ist seit 1753 im Besitz der Familie Cramer und wird seit 2012 von Catharina Cramer als Inhaberin der Gruppe geführt. Zum Portfolio der Haus Cramer Gruppe zählen unter anderem die Produkte der Warsteiner Brauerei, der Herforder Brauerei, der Privatbrauerei Frankenheim, der Paderborner Brauerei sowie der bayerischen König Ludwig Schlossbrauerei Kaltenberg und der irischen Rye River Brewing Company. Die Produkte der [Haus Cramer Gruppe](#) sind weltweit in mehr als 60 Ländern erhältlich.