

Pressemitteilung

Parookaville 2022: Die Marke Asbach „elektrisiert“ junge Festivalbesucher

- Asbach erstmals Partner des Parookaville-Festivals in Weeze
- Die Brandy-Marke der Underberg-Unternehmensgruppe setzte bei Deutschlands größtem Festival für Elektronische Musik auf Live-Markenaktivierung und reichweitenstarke Verlängerung via Social Media, Influencer und POS
- Das „Asbach Uraltersheim“ spielt mit dem traditionellen Markenimage und holt die „good old times“ in Form einer aufwändig inszenierten Club-Location im kultigen 80s-Retro-Look ins Hier und Jetzt

Rheinberg/Weeze, 05.08.2022 Die Underberg-Unternehmensgruppe Semper Idem Underberg AG hat ihre Traditionsmarke Asbach erstmals beim Parookaville-Festival, Deutschlands größtem Festival für Elektronische Musik, prominent inszeniert. Das Festival-Engagement ist Teil einer umfassenden Repositionierung der Marke. „Wir stürzen uns mit vollem Einsatz ins Festivalgetümmel, weil hier der perfekte Ort ist, um die Marke Asbach zeitgemäß und emotional zu inszenieren. Denn hier treffen wir junge Menschen, die Spaß am gemeinsamen Feiern haben“, erklärt Steffen Ostendorf, Senior International Brand Manager bei der Semper Idem Underberg AG, die Motivation hinter dem Festival-Engagement.

Let the good – old – times roll!

Wenn das 2015 erstmals ausgerichteten Musik-Festival beginnt, erwacht auf dem ehemaligen Royal-Airforce-Gelände am Flughafen Weeze einmal im Jahr „Parookaville“ zum Leben: Das frühere Militär-Areal verwandelt sich in eine Fantasiestadt im historischen Western-Stil. Bei der neuesten, mit 225.000 Besuchern ausverkauften Auflage war die Marke Asbach mit einem vielfältigen, integrierten Auftritt Teil der Stadt: Ein ehemaliger Hangar beherbergte dabei die über 200 Quadratmeter große Asbach-Aktivierungsfläche mit einem umfangreichen Entertainment- und Promotion-Programm unter dem Leitspruch „Let the good old times roll“.

Live-Markenaktivierung plus mediale Verlängerung

Dank Asbach hat Parookaville seit Neuestem nicht nur ein Postamt, eine Kirche und ein Rathaus, sondern auch ein Altersheim: Mit dem „Asbach Uraltersheim“ spielt die Marke selbstironisch mit ihrem Namen und bietet den Parookaville-Citizens ein Unterhaltungsprogramm mit Rollstuhllernen, Bingo und Foto-Shootings in der Photobooth mit Aging-Filter, das die Fotografierten „uralt“ aussehen lässt. Konzipiert und umgesetzt wurde das „Uraltersheim“ in Zusammenarbeit mit der Kölner Kreativ-Agentur REVO. Professionelle Filmset-Designer setzten die Location aufwendig in Szene.

Auf einer eigenen Asbach-Bühne gab es Live-Gigs von Top-DJs wie Moguai und DJ Alltag sowie Auftritte des Comedians Markus Krebs. Auf der großen Aktionsfläche wurde die Marke zudem mit Tastings, Promotion-Aktionen und einem breiten Merchandise-Sortiment inszeniert. Selbstverständlich wurden alle Asbach-Produkte von Asbach Cola als Ready-to-Drink über Rüdesheimer Coffee to go bis hin zu den traditionellen Premium-Bränden an einer großen Theke präsentiert und ausgeschenkt. Asbach Cola fanden die Parookaville-Besucher auch an allen Theken auf dem Festivalgelände und im „Größten Penny-Markt Deutschlands“, der seine Pforten auf dem Camping-Gelände der Festivalstadt eröffnet hatte. Eine Social-Media-Kampagne mit mehr als 50 Millionen Kontakten und gezielte Influencer-Aktivierung verlängerten den Festival-Auftritt von Asbach im Netz.

„Asbach Uralt ist mit ihrer hohen Markenbekanntheit eine der wichtigsten Kernmarken in unserem Portfolio. Mit einem starken Auftritt beim angesagten Parookaville-Festival setzen wir den langfristig angelegten Marken-Relaunch fort. Gemeinsam mit über 200.000 Fans eine gute Zeit zu haben, entspricht perfekt dem Selbstverständnis von Asbach, das sich im Claim *Am liebsten zusammen* spiegelt“, so Vera Donner-Sander, verantwortlich für das internationale Brand Management der Unternehmensgruppe Semper idem Underberg AG.

Über Underberg: Neben den Eigenmarken Underberg, Asbach, PITÚ, XUXU und Grasovka zählen namhafte Distributionsmarken wie Amarula, Southern Comfort, BOLS, Ouzo Plomari und Túnel de Mallorca zum Portfolio der Unternehmensgruppe.

Mehr zu Underberg unter <https://semper-idem-underberg.com>

Über Asbach: Die Asbach GmbH in Rüdesheim am Rhein ist eine Tochtergesellschaft der Semper Idem Underberg AG. Gegründet wurde das Unternehmen 1892 von Hugo Asbach. Unter dem Markennamen „Asbach Uralt“ produziert sie bis heute Deutschlands ältesten Weinbrand. Inzwischen umfasst das Sortiment neben dem Klassiker Asbach Uralt und Premium-Bränden auch den Asbach Aperitif Rosé und das Mixgetränk Asbach Cola als Ready-to-Drink in der Dose. Im Jubiläumsjahr 2022 wurde die Marke zum 130. Geburtstag einem umfassenden Relaunch unterzogen.

Mehr zur Marke Asbach unter <https://asbach.de>

Pressekontakt:

Inga Radel

Corecoms Consulting GmbH & Co. KG

Goethestraße 29

60313 Frankfurt am Main

Tel.: +49 17610366532

E-Mail: inga.radel@corecoms.de