



Medienmitteilung

Rheinfelden, 6. Juli 2020

Cardinal lässt die guten Momente aufleben

Die Westschweizer Biermarke Cardinal erfrischt diesen Sommer mit zwei neuen Bierstilen. Das leicht fruchtige und trübe «Non-Filtrée» ist ideal für die warmen Temperaturen. Das komplett alkoholfreie «0,0%» überzeugt mit dem vollmundigen Biergeschmack und spricht den aktiven Biergeniesser an. Ganz nach dem Motto der neuen Kampagne, beginnen die guten Momente mit Cardinal – und so auch der Sommer.

Jetzt wo die neue Normalität wieder zurückkehrt und die Tage mit dem Sommerbeginn länger werden, freuen wir uns, dass wir uns mit Freunden wieder auf ein Bier treffen können. Cardinal lässt die Herzen seiner Fans diesen Sommer gleich mit mehreren Neuheiten höher schlagen: Cardinal Non-Filtrée ist leicht fruchtig und das ideale, erfrischende Bier beim geselligen Verweilen am See, beim Picknick oder zu einem Sommergericht. Bei diesem Kellerbier wird die feine Hopfenbittere durch die moderate Süsse ausgeglichen. Gebraut wird es aus vorzüglichem Gersten- und Weizenmalz sowie aus sorgfältig ausgewählten Bitter- und Aromahopfen. Seit diesem Frühling ist Cardinal Non-Filtrée im Schweizer Detail- und Getränkehandel sowohl in der 33-cl-Flasche als auch in der 50-cl-Dose erhältlich.

Den grossen Trend der alkoholfreien Biere nimmt Cardinal mit «0,0%» auf. Das Lagerbier ohne Alkohol überzeugt mit seinem vollen Biergeschmack und ist kaum von einem alkoholhaltigen Bier zu unterscheiden. Schon seit einigen Jahren wächst das Segment der alkoholfreien Biere im Vergleich zum gesamten Biermarkt überproportional stark. Im Jahr 2019 wurde in der Schweiz gegenüber 2018 rund 10 Prozent mehr alkoholfreies Bier konsumiert. Immer häufiger greifen Menschen, die einen aktiven Lebensstil pflegen und auf ihre Ernährung achten, zu einem alkoholfreien Bier. Cardinal 0,0% ist in der 33-cl-Flasche exklusiv in der Gastronomie erhältlich.

Les bons moments commencent avec Cardinal

Gemeinsame Momente geniessen und offen sein für alles, was kommt. Diese Westschweizer «Savoir-Vivre»-Mentalität steht im Fokus der neuen Cardinal Imagekampagne. Vom Claim «Les bons moments commencent avec Cardinal» werden alle Off- und Online-Massnahmen begleitet.

Das Herzstück der neuen Kampagne ist der TV- und Online-Spot, der am Neuenburgersee gedreht wurde. Die verspielten Szenen am Strand strahlen Sommer, Sonne und Lebensfreude aus.

Im gleichen Zug wurde auch das Design der Verpackungen, Flaschen und Dosen des gesamten Cardinal-Sortiments überarbeitet. Das zeitgemässe und aufgeräumte Erscheinungsbild führt zu einer erhöhten Visibilität im Bierregal sowie zu einer gesteigerten Präferenz bei den Konsumenten.

Bild-/Videomaterial: media.pr.keystone-sda.ch/Feldschloesschen/Produkte+Marken/Cardinal/Kampagne+2020

TV-Spot auf YouTube: <https://youtu.be/ZiPmHKDWsFk>

Für Rückfragen:

Gaby Gerber, Leiterin Unternehmenskommunikation Feldschlösschen

Tel. 058 123 45 47 / gaby.gerber@fgg.ch

Dieser Text ist elektronisch abrufbar unter www.feldschloesschen.swiss

Das Unternehmen Feldschlösschen

Feldschlösschen mit Hauptsitz in Rheinfelden AG ist die führende Brauerei und grösste Getränkehändlerin der Schweiz. Das Unternehmen besteht seit 1876 und beschäftigt 1200 Mitarbeitende an 21 Standorten in der ganzen Schweiz. Mit einem Sortiment von über 40 eigenen Schweizer Markenbieren und einem umfassenden Getränkeportfolio von Mineralwasser über Softdrinks bis Wein, beliefert Feldschlösschen 25'000 Kunden aus Gastronomie, Detail- und Getränkehandel. Der Erfolg von Feldschlösschen gründet auf den fest verankerten Markenwerten: Pionier, Meister, Partner. Sie bilden das beständige Fundament auf dem Feldschlösschen als Marktführer agiert.

www.feldschloesschen.swiss



Cardinal auf Social Media:

