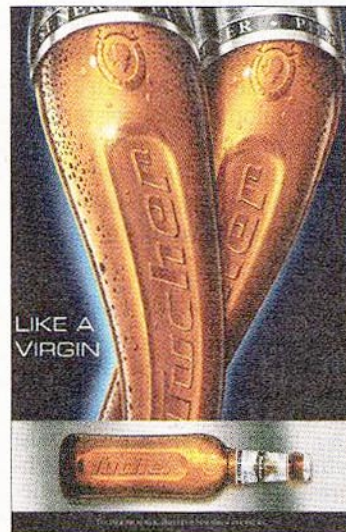
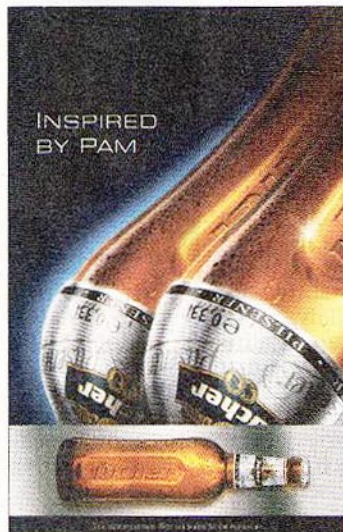
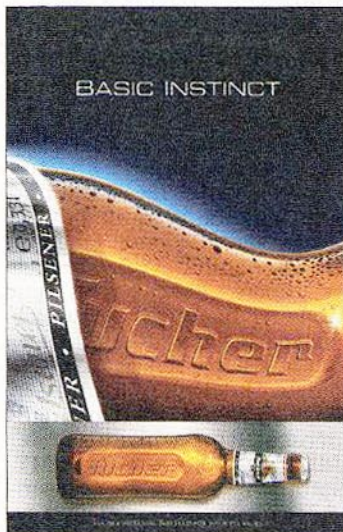
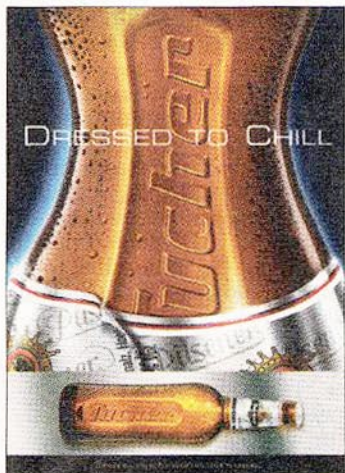


# Tucher im „Jahrbuch der Werbung 2011“

## Nürnberger Traditionsbrauerei gleich zweimal vertreten

NÜRNBERG - Das Jahrbuch der Werbung ist das Standardwerk in der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationsbranche. Ausgewählte Kreativarbeiten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz werden hier jährlich veröffentlicht. Die Tucher Brauerei schaffte es gleich zweimal auf die Shortlist 2011 des umfangreichen Kompendiums.

Über 400 Kampagnen und Werbemaßnahmen werden im 48. Band des Jahrbuches der Werbung porträtiert. Die Beiträge und Kampagnen wurden dafür von einer renommierten Jury – bestehend aus Journalisten sowie Marketing- und Werbeexperten – aus zahlreichen Einreichungen sorgsam ausgewählt. Sie gelten als beispielhaft für ihre Branche.



Die Tucher Kampagne hat es gleich zwei mal ins Jahrbuch der Werbung geschafft.

Grafik: Tucher

2011 haben es nur fünf Brauereien in den Marketing-Klassiker geschafft: Die fränkische Tucher Brauerei war der Jury dabei gleich zwei Einträge wert. „Dass wir in diesem Jahr gleich doppelt im Jahrbuch der Werbung vertreten sind, macht uns natürlich besonders stolz“, so Tucher Marketingdirektor Kai Eschenbacher. „Wir freuen uns, dass die Kreativität und Qualität unserer Arbeit so anerkannt wird.“

**Tucher Cola Weizen:  
Blickfang am Point of Sale**

In der Kategorie „Alkoholische Getränke“ findet sich Tucher Cola Weizen, das Bier-

mischgetränk aus naturtrübem Hefeweizen und echter Cola, wieder. Die Werbung am Point of Sale für den im April 2010 gelaunchten Biermix konnte die Jury überzeugen. Mit Etiketten, Flaschensteckern, Kasteneinlegern, Meto-Unterhängern und einem Keyvisual, das direkt ins Auge springt, inszenierte die Tucher Brauerei ihr neues Produkt frisch und individuell.

**Tucher Pilsener: exklusive  
Anzeigenkampagne**

Mit einer exklusiven Gastronomieflasche setzt die Tucher Brauerei ihr Tucher Pilsener in der jungen Gastronomie gekonnt in Szene.

Die dazu passende Anzeigenkampagne, bestehend aus vier Motiven, ist ein absoluter Hingucker und greift die taillierte Formgebung der Flasche gekonnt auf. Die Tucher Pilsener-Exklusivflasche ist optisch ein echtes Premium-Mehrweggebilde – darüber ist sich die Jury des Jahrbuchs für Werbung einig.

Entwickelt und realisiert wurden beide Maßnahmen von Bloom Project Nürnberg. Das Jahrbuch der Werbung ist im renommierten ECON-Verlag erschienen. Der rund 800-seitige Band mit über 1.500 Abbildungen ist ab sofort zum Preis von 98 Euro im bundesweiten Buchhandel erhältlich.

Weitere Informationen auch unter: [www.tucher.de](http://www.tucher.de)