

Pressemitteilung

Neuer Look und klare Positionierung: Privatbrauerei Hirt präsentiert neuen Markenauftritt

Kärnten/Wien, 14. Juli 2025 – Die Privatbrauerei Hirt, eine der ältesten Brauereien Österreichs und Kärntens einzige mittelständische unabhängige Privatbrauerei hat sich anlässlich des 755-jährigen Jubiläums mit einem umfassenden Markenrelaunch neu aufgestellt. In enger Zusammenarbeit mit ihrer Leadagentur Scholz & Friends Wien wurde im ersten Schritt die Positionierung der Marke geschärft. In den darauffolgenden eineinhalb Jahren folgte die Ausarbeitung von Markenstrategie, -design und -kommunikation.

„Unser Ziel war es, die Marke gezielt weiterzuentwickeln, zu verjüngen und für bestehende wie neue Zielgruppen noch relevanter und attraktiver zu machen. Es war an der Zeit, unser visuelles Erscheinungsbild zu verändern und ins Jetzt zu holen, um so den Anforderungen eines sich wandelnden Marktes gerecht zu werden“, so Marlies Heinricher-Woltran, Leitung Marketing & Nachhaltigkeit.

Marke mit Geschichte. Und Zukunft.

Im Zentrum des Relaunches steht der neue Markenclaim „Die Zeit nehm ich mir“, der den strategischen Dreiklang Zeit, Genuss und Qualität sichtbar macht. Der neue Claim bringt nicht nur die Werte der Privatbrauerei auf den Punkt, sondern entspricht auch den veränderten Erwartungen vieler Konsumenten – bewusst genießen, mit Substanz statt Schnelligkeit.

„Wir nehmen uns Zeit für das Brauen unserer Biere – weil Qualität für uns keine Kompromisse kennt“, erklärt Niki Riegler, Eigentümer und Geschäftsführer der Privatbrauerei Hirt. *„Diese Zeit steckt in jedem Detail – von der Auswahl der Rohstoffe bis zur schonenden Reifung unserer charaktervollen Biere. Unser Anspruch ist es, erstklassige Biere zu brauen, die Genussmomente ermöglichen: bewusst, hochwertig und gerne auch in Gesellschaft.“*

Marlies Heinricher-Woltran, Leitung Marketing & Nachhaltigkeit: *„Wir setzen auf eine Markenstrategie, die Klarheit schafft und das Vertrauen bei den Konsumenten stärkt. Die Privatbrauerei Hirt steht für gelebte Tradition - genau diese bringen wir nun mit frischer Tonalität und modernem Design zeitgemäß zum Ausdruck.“*

Kreativkonzept, Design & Testung

Konzipiert und umgesetzt wurde der neue Markenauftritt gemeinsam mit der Agentur Scholz & Friends Wien, mit der die Privatbrauerei bereits seit vielen Jahren erfolgreich zusammenarbeitet. Neben Etiketten, Packaging und Submarken wurde auch die gesamte visuelle Leitidee samt Kommunikationsdesign entwickelt.

„Für einen Designer ist es natürlich ein absoluter Traum, solch eine Marke weiterentwickeln zu dürfen“, erklärt Roland Radschopf, Executive Creative Director & Managing Director von Scholz & Friends Wien. *„Allerdings war uns bewusst, dass jegliche Gestaltung mit größtmöglicher Sorgfalt und Feingefühl einhergehen muss. Im Zuge der umfassenden Markenüberarbeitung haben wir den Hirter Schriftzug komplett neu gezeichnet.“*

Die neue Typografie greift subtil Elemente der historischen Frakturschrift auf und schlägt damit eine Brücke zwischen Tradition und zeitgemäßer Lesbarkeit. Ein weiterer Meilenstein der Neuausrichtung ist das überarbeitete Packaging Design. Die Etiketten und Verpackungen erscheinen nun klarer,

moderner und dennoch tief verwurzelt in den traditionellen Markenwerten. Bestehende Sortenfarben wurden dabei bewusst beibehalten, um die Wiedererkennbarkeit für Konsumentinnen und Konsumenten zu wahren. Der neue Auftritt vereint Herkunft, Charakter und Weitblick und macht deutlich: über 755 Jahre sind kein Abschluss, sondern ein Anfang.

Das neue Erscheinungsbild wurde im Vorfeld durch das renommierte Marktforschungsunternehmen GfK Austria im Rahmen einer quantitativen Studie getestet – mit hervorragenden Ergebnissen: erhöhte Kaufpräferenz, gestiegene Modernität und klare Sortendifferenzierung.

Neue Markenarchitektur & Launch von „Hirter Crush“

Die Markenarchitektur wurde gestrafft und klar strukturiert. Submarken wie der Hirter Braukeller, die Hirter Bierathek, die Hirter Genussstheke und die Hirter Weinagentur Jordan sind nun deutlich positioniert. Ergänzt wird das Portfolio durch die neu eingeführte Limonadenmarke Hirter Crush – erfrischend, auffällig, bunt, mit internationalem Potenzial.

„Mit Hirter Crush bündeln wir unsere bestehenden Limonaden unter einer neuen, eigenständigen Marke“, erklärt Marlies Heinricher-Woltran, Leitung Marketing & Nachhaltigkeit. „Das verspielte Design im Postkarten-Stil schafft nicht nur hohe Aufmerksamkeit im Regal, sondern lädt mit jeder Sorte zum Entdecken ein – die Briefmarke als zentrales Gestaltungselement schafft Raum für gezielte Markenkommunikation und Storytelling.“

Nationale 360°-Kampagne startet Ende Juli

Der neue Markenauftritt wird ab 28. Juli 2025 durch eine umfassende 360°-Kampagne österreichweit ausgerollt. Die Kampagne wurde gemeinsam mit Scholz & Friends entwickelt, die Media-Planung übernahm Media1. Geplant ist eine crossmediale Umsetzung über alle Kanäle hinweg – Online, Print, Radio, Kino, sowie analog und digital Out-of-Home. Für die Präsenz im Heimatmarkt Kärnten setzt die familiengeführte Privatbrauerei auf regionale Partner und die bewährte Zusammenarbeit mit Antenne Kärnten und PSG PosterService GmbH. Im Fokus der Kampagne steht der neue Bildlook: authentisch, hochwertig, modern. Die Sujets kombinieren starke Headlines mit emotionaler Bildsprache und klarer Markenbotschaft.

Foto 1: Logo Design Hinter 2025

Foto 2: Logo Design Privatbrauerei Hirt Kärnten 2025

Foto 3: Hinter Privat Pils, Hirter Märzen, Hirten 1270, Hirten Kellermeister

Foto 4: Marlies Heinricher-Woltran, Leitung Marketing & Nachhaltigkeit

Foto 5: Marlies Heinricher-Woltran (Leitung Marketing & Nachhaltigkeit) mit dem Team von Scholz & Friends Wien

Pressekontakt

Laura Trauntschnig, MSc.

Head of People & Corporate Development

Scholz & Friends Wien

laura.trauntschnig@s-f.com

Über Scholz & Friends Wien

Scholz & Friends Wien mit Sitz am Naschmarkt gehört zur Scholz & Friends Family, einer der führenden Agenturgruppen im deutschsprachigen Raum. Mit mehr als 1.300 Mitarbeitenden an den Standorten Berlin, Brüssel, Düsseldorf, Hamburg, Frankfurt, Stuttgart, Zürich und Wien steht die Scholz & Friends Family für orchestrierte Marketing- und Kommunikationslösungen auf Basis strategischer Kompetenz und kreativer Exzellenz. Aufgestellt als Gruppe von Spezialagenturen bietet die Scholz & Friends Family das gesamte Spektrum moderner Kommunikationslösungen. Zu den Kunden von Scholz & Friends Wien zählen neben EuroMillionen (Österreichische Lotterien) auch Mazda Europa, Hirter Bier, Ski Austria, Bundesforste und Nationalparks Austria.

Scholz & Friends Wien

Scholz & Friends Wien GmbH Getreidemarkt 1/3 OG 1060 Wien Austria T +43 1 531 17 www.s-f.family/wien

