



## Alefarm Brewing lancerer ny visuel identitet

23.1.2023 08:50:00 CET | Alefarm Brewing | Investor Nyheder

Alefarm Brewing A/S lancerer dags dato en ny visuel identitet som led i sin strategi om at øge kendskabsgrad såvel som mulighed for kommercialisering af Selskabets produkter, både i Danmark og på de internationale markeder.

### Investornyhed nr. 29

## Alefarm Brewing lancerer ny visuel identitet som led i sin strategi om øget kendskabsgrad og kommercialisering

Alefarm Brewing A/S ("ALEFRM" eller "Selskabet") er et innovativt dansk bryggeri, som producerer unikke øl af høj kvalitet til forbrugere og distributører på verdensplan. Selskabet kan i dag offentliggøre sin nye visuelle identitet.

Den nye visuelle identitet er skabt ud fra et ønske om at øge kendskabsgraden til Selskabets produkter samt kommercialisering heraf. Dette muliggøres med udgangspunkt i et nyt og strømlinet design, hvor Selskabets navn og logo fremgår på forsiden af hver enkelt etiket, hvilket forventes at skabe større genkendelighed på hylderne hos Selskabets kunder, som forhandler de forskellige øl i sortimentet.

Selskabet var historisk set et af de første bryggerier - hvis ikke det første - til at lancere en designstil, som tog sit udgangspunkt i den såkaldte *full-bleed*-tilgang. Denne tilgang indebærer placering af såkaldt *artwork* på hele overfladen af en given etiket, med fokus på fremhævelse af centrale elementer i det givne *artwork* på forsiden, og med placering af logo og øvrige detaljer på bagsiden af hver enkelt dåse eller flaske.

Designstilen var banebrydende, da den blev lanceret tilbage i 2017, fordi Selskabet på det tidspunkt var blandt de få bryggerier på markedet - hvis ikke det eneste - med netop dette visuelle udtryk. Sidenhen er Selskabets designstil blevet efterlignet af en række konkurrenter, både lokale og internationale, hvilket har banet vejen for den nye visuelle identitet med Selskabets logo i fokus.

Med lanceringen af den nye visuelle identitet bliver der på hver etiket indført et afsnit, som fortæller historien om den enkelte øl, samt et afsnit, som indeholder en kort præsentation af Selskabet. Dermed skabes der plads til såkaldt *storytelling* som et led i at øge kendskabsgraden tilhørende den enkelte øl såvel som Selskabet som helhed.

Den nye visuelle identitet vil blive udrullet i takt med lanceringen af kommende genbryg af Selskabets faste sortiment, såvel som i form af nye øl, hvor de tilhørende etiketter vil være udført i denne nye visuelle identitet.

Vedhæftet denne investornyhed er eksempler på de næstkommende udgivelser fra Selskabet, som på listeform inkluderer:

- **Deadwood**, en *West Coast Double IPA* på 8,0% med humlesorterne Simcoe, Columbus, Nugget CGX og Chinook, og med afbildning af et Sequoia-træ som reference til duften og smagen af den amerikanske vestkyst
- **Into The West**, en *West Coast IPA* på 6,4% med humlesorterne Azacca, Eclipse og Comet, og med afbildning af et skib, som sejler mod en lysende horisont som symbol på at afsøge nye muligheder
- **Virtues**, en *Double IPA* på 8,0% med humlesorterne Strata, Enigma og HBC 638, og med afbildning af kronblade om en cirkel som symbol på at skabe sammenhæng i et kreativt udtryk
- **Take Flight**, en *Session IPA* på 5,0% med humlesorterne Topaz, El Dorado og Vic Secret, og med afbildning af en hyttesanger i flugt som reference til at være i bevægelse

Alle udgivelserne vil være tilgængelige via gængse kanaler, inklusiv i Selskabets webshop på [alefarm.dk](http://alefarm.dk) samt i Selskabets tap room, som ligger i forlængelse af bryggeriet i Greve.

**Stifter og CEO, Kasper Tidemann**, udtaler i den forbindelse:

"Vores visuelle identitet er nøglen til at forstå Alefarm Brewing som varemærke. Den har været afgørende for det udtryk, vi som bryggeri har tilstræbt at have, og for den oplevelse, som vores kunder har haft med vores øl gennem årene. Mange husker en specifik øl på grund af det visuelle udtryk, som den givne øl har haft, og nævner oftere det visuelle udtryk, når der huskes tilbage på en given øl, end øllens navn. Samtidig har vores visuelle identitet tjent som inspiration for konkurrenter, som har efterlignet dele af vores udtryk og tilgang gennem årene, hvilket for så vidt har været en kompliment."

"Vi indtræder nu i en ny fase i udviklingen af Alefarm Brewing som varemærke og som virksomhed, der skaber gode og vedvarende oplevelser med øl. Vores nye visuelle identitet bygger på en designmæssig strømlining med fokus på fremhævelse af vores logo. Dertil kommer, at vi for første gang nu både skriver navnet på den enkelte øl samt stilarten på forsiden af hver dåse eller flaske, som vi udgiver. Det skaber genkendelighed, øger kendskabsgraden, og gør det nemmere for vores detailkunder at skabe en ensartet oplevelse ude på hylderne, når de præsenterer vores øl i deres respektive butikker."

"Samlet set er det vores forventning at den nye visuelle identitet vil øge kendskabsgraden til Alefarm Brewing samt muliggøre yderligere kommercialisering i takt med indførslen af dette nye og strømlinede udtryk. Det er en nyskabelse, som vi glæder os overmåde til at bringe til verden."

## Supplerende information

For spørgsmål omkring den nye visuelle identitet, der kan Selskabets CEO, Kasper Tidemann, kontaktes på [kt@alefarm.dk](mailto:kt@alefarm.dk). Selskabets Certified Adviser er Norden CEF, hvor John Norden kan kontaktes via e-mail på [jn@nordencef.dk](mailto:jn@nordencef.dk) eller telefonisk på +45 20720200.

## Kontakter

- Kasper Tidemann, Stifter og CEO, +45 31441760, [kt@alefarm.dk](mailto:kt@alefarm.dk)

## Om Alefarm Brewing

Alefarm Brewing er et tech-drevet mikrobryggeri med et fokus på moderne håndværk, autenticitet og en oprigtig tro på at kvalitet bygger på kærlighed. Vores ambition er at skabe sammenhold og fællesskab gennem unikke oplevelser med øl.

## Vedhæftninger

- [Download selskabsmeddelelse.pdf](#)
- [Deadwood.jpg](#)
- [Into The West.jpg](#)
- [Take Flight.jpg](#)
- [Virtues.jpg](#)