

Neumarkter Lammsbräu



PRESSEINFORMATION

Ein Bio bitte: Lammsbräu startet innovative 360-Grad-Kampagne

- **Zielsetzung: Lammsbräu will Position als deutschlandweit führende Bio-Bier-Marke weiter ausbauen**
- **Schwerpunktregionen: Berlin, Bayern und Baden-Württemberg**

Neumarkt in der Oberpfalz, 17. Juni 2025. Der Bio-Pionier Neumarkter Lammsbräu geht am 19. Juni 2025 mit einer neuen 360-Grad-Werbekampagne an den Start. Mit ihr leitet das Oberpfälzer Traditionsunternehmen den nächsten Schritt ein, seine Position als deutschlandweit führender Anbieter von Bio-Bier weiter auszubauen. Schon heute ist das mit über 20 alkoholhaltigen und alkoholfreien Sorten ausgesprochen breite Sortiment von Neumarkter Lammsbräu die beliebteste Bio-Bier-Range Deutschlands. Insgesamt verzeichnete Lammsbräu mit seinen Bio-Getränken zuletzt einen Umsatz von 31,7 Mio. EUR (2024) und einen Absatz von 230.000 hl (2024).

Die gemeinsam mit der Hamburger Agentur TankTank entwickelte Kampagne stärkt unter dem Leitmotiv „Ein Bio Bitte“ die Aufmerksamkeit für Bio-Bier und insbesondere die Alkoholfreien von Lammsbräu. Auf humorvolle Weise werden dabei die weit über das Deutsche Reinheitsgebot hinausreichenden Qualitäten von Bio-Bier in Sachen Zutaten sowie Nachhaltigkeit thematisiert. Zentral für die Kampagne ist der dem Traditionslogo der Brauerei entlehnte Markenbotschafter „Lämmi“, mit dem komplett neue Wege beschritten werden. Der innovative CGI-Character lockert die traditionell sehr nüchtern präsentierte Werbung im Bier- und Bio-Bereich in Sprache sowie Auftreten deutlich auf. Mit Ironie und Augenzwinkern spricht er die Menschen auf einer emotionalen Ebene an und stellt zudem einen schnellen visuellen Link zum Markennamen her. Er weckt Sympathie sowie Neugierde und hilft, neue Kundengruppen für die Themen von Lammsbräu zu begeistern.

Neumarkter Lammsbräu



Die geografischen Schwerpunkte der unterschiedlichste Bausteine umfassenden Kampagne liegen in der Trends setzenden Metropolregion Berlin, sowie den stärksten Absatzmärkten Bayern und Baden-Württemberg. Die Hauptzielgruppe bilden bioaffine und an Getränken interessierte Menschen in der Altersspanne von 20 bis 49 Jahren. Knapp 200 Werbeflächen in Szenevierteln sowie im Umfeld von Biomärkten machen die Botschaften von Lammsbräu dort sichtbar, wo die Zielgruppe sich bewegt und einkauft. Dazu zählen beispielsweise Großplakate an stark frequentierten Straßen oder Bahnhöfen, Litfaßsäulen und Bauzäune. Ergänzt werden diese klassischen Formate durch rund 50.000 Freecards, die im Szenestädtevierteln ausliegen, sowie diverse digitale Angebote. Dazu gehören Platzierungen im Connected TV, Real Time Advertising (Display und Bewegtbilder) oder Auftritte in den sozialen Medien von Instagram bis YouTube. Hinzu kommen 320 digitale Screens am Point of Sale, unmittelbar dort, wo die Kaufentscheidungen getroffen werden. Und auch die Website www.biobier.de von Lammsbräu präsentiert sich ab dem 19.6. im neuen Look. Insgesamt sollen so mehr als 30 Millionen Kontakte erreicht werden.

Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer von Neumarkter Lammsbräu: „Mit der neuen Kampagne sehen wir gute Chancen, die Zielgruppe für unsere Getränke nochmals deutlich zu erweitern. Auf spielerische Art machen wir die Menschen auf die Besonderheiten von Bio-Bier aufmerksam und unterstreichen unsere Stellung als Marktführer. Dabei setzen wir auf unterschiedlichste Kanäle und eine ungewöhnliche Ansprache abseits des Gewohnten. Unser Ziel ist es, Lammsbräu zum Synonym für Bio-Bier zu entwickeln – auch über unsere Fangemeinde hinaus.“

Weitere Informationen zum Bio-Pionier Neumarkter Lammsbräu und seinen Getränken finden Sie im Internet unter www.lammsbraeu.de

Neumarkter Lammsbräu



Pressekontakt:

Dr. Daniel Haussmann

Haussmann Strategic Advisory

Pariser Platz 6a

10117 Berlin

+49-173-3015911

haussmann@haussmann-advisory.de