

Pressemeldung

## **Neue Positionierung, neue Kampagne, neues Bier Freunde des Hauses öffnen für Warsteiner die „Tür zur Lebensfreude“**

- **Aufwendig produzierter TV-Spot leitet die neue Markenkampagne „Gebraut für Deine Momente“ ein**
- **Brauerei launcht „Warsteiner Extra“ mit 2,5 % Alkohol bei vollem Pils- Geschmack**

**Hamburg und Warstein, 10. Februar 2023.** Neue Positionierung, Relaunch der Marke und eine neue Kampagne – nach einer mehrmonatigen Vorbereitungszeit zeigt sich die Marke Warsteiner mit einer Spotpremiere zum Superbowl am 12. Februar mit einem grundlegend veränderten Auftritt. Im Mittelpunkt der neuen Kommunikation steht ein 43 Sekunden langer TV-Spot, in dem sich die Marke Warsteiner von ihrer emotionalen Seite zeigt. Darin wandert der Protagonist durch eine Kühlschrantür und erlebt anschließend zahlreiche unterhaltsame und gesellige Momente. Die Lebensfreude und der Spaß an neuen Entdeckungen kommt in der neuen Markenkampagne zum Ausdruck: „Gebraut für Deine Momente“. „Für unsere Konsumenten ist das Leben schön und voller Möglichkeiten“, erklärt Andreas von Grabowiecki, Marketing Direktor der Haus Cramer Gruppe. „Da fehlt nur noch ein kühles, frisches Warsteiner. Genau das zeigen wir in unserem aufwendig inszenierten Markenfilm.“ Ausgestrahlt wird der Spot auf allen relevanten Bewegtbildkanälen: im klassischen TV, Online Video, Online Streaming, Mobile, Social Media und im Kino.

Die Kampagne stellt eine Weiterentwicklung der bisherigen Markenkommunikation dar, die über Jahrzehnte das Markenimage prägte. Lange Zeit stand das Produkt im Vordergrund, daneben wurde die hohe Qualität des Premium Pilsener betont. Inzwischen ist dieser hohe Anspruch der Privatbrauerei den Konsumenten auf der ganzen Welt bestens vertraut und die Bekanntheit von Warsteiner in Deutschland mit über 90 Prozent kaum mehr zu steigern. Künftig rückt die Brauerei deshalb die Menschen in den Mittelpunkt und zeigt, dass Lebensfreude und ein kühles Warsteiner in vielen Momenten untrennbar miteinander verbunden sind.

„Dass man die Lebensfreude und den Spaß direkt beim Zuschauen spürt und mit der Marke in Verbindung bringt, war uns besonders wichtig bei der kreativen Konzeption und Produktion,“ so Boris Schmarbeck, Kreativ-Geschäftsführer bei den Freunden des Hauses.

Der Spirit der neuen Kampagne wird für die Verbraucher nach und nach an allen relevanten Touch Points erlebbar – vom Getränkemarkt bis hin zum Musikevent. So ist beispielsweise geplant, auf Festivals wie Parookaville oder Rock am Ring, die von Warsteiner in großem Stil gesponsert werden, dem Kühlschrank aus dem Spot eine Bühne zu bereiten: als Tür zu neuen Erlebnissen. Geplant ist auch, von dem Song, der eigens für den Warsteiner Spot komponiert und produziert wurde, ein Video zu veröffentlichen. „Wir wollen die Menschen einladen, die wunderbaren Möglichkeiten und Momente zu entdecken, die sich jeden Tag bieten“, sagt von Grabowiecki. „Deshalb öffnen wir für alle die Tür zur Lebensfreude.“

Zeitgleich mit der veränderten Positionierung und dem neuen Markenauftritt bringt die Warsteiner Brauerei auch ein neues Pils auf den Markt: „Warsteiner Extra“. Die neue Sorte stellt auf dem deutschen Markt eine wegweisende Innovation dar. Denn Warsteiner Extra hat nur 2,5 Prozent Alkohol bei gleichzeitig vollem Geschmack. „Die Menschen werden immer ernährungsbewusster. Zwei Drittel aller Konsumenten wünschen sich

# FREUNDEDESHAUSES

ist eine unabhängige, inhabergeführte Kreativagentur mit knapp 50 Mitarbeitern, die genau das machen, was sie schon immer machen wollten: etwas bewegen. Den größten Gefallen tun Sie uns, wenn Sie uns ein Problem geben, das noch keiner lösen konnte. Dann blühen wir auf und machen, was sonst keiner kann. Dann machen wir das, was wir immer machen wollten.

Getränke mit weniger Alkohol“, erklärt der Marken-verantwortliche. „Diesem Wunsch kommen wir mit Warsteiner Extra entgegen. Damit werden wir auf dem Biermarkt auch neue Impulse setzen.“

## **Agentur**

Boris Schmarbeck (Geschäftsführer Kreation)

Marcus Schlieckriede, Creative Director Art

Lisa Plöser, Art Direktorin

Annette Verbeek, Etat Direktorin

Markus Bellstedt, Strategie Direktor

## **SOUP Filmproduktion Berlin GmbH**

Carina Susen, Producer

Johanna Schmidt, Junior Producer

Jana Melzer, Executive Producer

**Regie:** Matthäus Bussmann

## **Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG**

Andreas von Grabowiecki, Marketing Direktor

Uwe Albershardt, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb

**Mediaagentur:** Mediaplus Köln

**PR-Agentur:** K3 Presseagentur

**Social-Media-Agentur:** OMG Fuse

Die **FREUNDEDESHAUSES** glauben an die Kraft der Idee und an langfristige Beziehungen. Als echter Freund des Hauses (Unternehmens) genießt die Agentur das Vertrauen, tief in die Gedanken der Entscheider:innen einzutauchen und so nachhaltig Großes zu bewegen und nachweislich etwas zu verändern. 2008 in Hamburg gegründet, arbeitet ein 45-köpfiges Team unter Leitung der Geschäftsführung mit Thore Jung (Gründer und Gesellschafter) sowie Boris Schmarbeck (Kreation) für Kunden aus den Bereichen FMCG, Handel und Finanzen, unter anderen für OTTO, Corny, HUK-Coburg, Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), mobilcom-debitel, freenet und die Warsteiner Gruppe.

Daniela Ahrens, PR-Managerin

Hirschen Group GmbH

An der Alster 86

20099 Hamburg

[ahrens@hirschen-group.com](mailto:ahrens@hirschen-group.com)