



Paulaner surft auf der Streetwear-Welle – Brauerei geht neue Wege im Retail

Paulaner geht neue Wege und setzt bei der Einführung seines Neuprodukts, der Paulaner Limo Zitrone, auf eine außergewöhnliche Zusammenarbeit. Im Rahmen des Launches bringt die Traditionsmarke fünf deutsche Retailer und Brands – Overkill Berlin, Overkill Köln, Afew, Goodbois und Bonkers – für eine exklusive Kollaboration zusammen, die Getränkewelt und Streetwear perfekt vereint.

Unter dem Motto „Money can't buy community“ steht die gemeinsame Kollektion für den wahren Spirit der Szene: Zusammenhalt und echte Verbindungen zwischen Menschen. Die Kollektion, bestehend aus limitierten und exklusiven Streetwear-Artikeln, wird nicht zum Kauf angeboten, sondern vielmehr in einer kreativen Aktion verschenkt, bzw. verlost. Ein ganz besonderes



Konzept, das die Marke Paulaner in ihrer Philosophie als Symbol für Gemeinschaft stärkt.

Die Aktion zieht sich über 4-6 Wochen und startete am 15. März mit Store-Events in München (Goodbois), Köln (Overkill) und Frankfurt (Bonkers), gefolgt von Events in Berlin (Overkill) und Düsseldorf (Afew) in den darauffolgenden Wochen.

Henner Höper, Marketing Director bei Paulaner, erklärt: „Die Welt der Streetwear und Sneaker ist bekannt für ihre Dynamik und Individualität. Doch hinter der scheinbaren Konkurrenz verbirgt sich oft auch ein starkes Gefühl der Zusammengehörigkeit. Der Launch der Paulaner Limo Zitrone ist nicht nur eine Erweiterung unseres Sortiments, sondern auch eine Einladung, mehr miteinander zu teilen – sei es in Form von Kleidung oder guten Momenten.“

Die Paulaner Limo Zitrone ist die neueste Erweiterung im alkoholfreien Produktportfolio, bestehend aus Paulaner Spezi, Paulaner Spezi Zero und Paulaner Limo Orange, und verspricht, mit ihrem spritzigen Geschmack und dem unverwechselbaren Design der bunten Welle, die schon das Paulaner Spezi ziert, eine neue Trendwelle zu schlagen.

Komplett neu ist das Engagement von Paulaner im Szene-Retail allerdings nicht. Bereits seit 2020 arbeitet die Münchner Brauerei mit mehr als 100 verschiedenen Urban Culture Stores zusammen und stärkt damit seine Präsenz in relevanten Zielgruppen.

Paulaner Brauerei Gruppe GmbH & Co. KGaA

„Gut, besser, Paulaner“ – der bekannte Slogan der Paulaner Brauerei ist nicht nur ein Werbespruch, sondern eine Richtschnur für jeden Paulaner Mitarbeiter. Seit den Anfängen 1634 als Klosterbrauerei steht der Name Paulaner für höchste Qualität und Münchner Bierkultur. Die Paulaner Braumeister brauen in München das vielfältige Sortiment einer bayerischen Brauerei, von Klassikern wie Weißbier und Hellem über die Spezialitäten Salvator und Oktoberfestbier bis hin zu neuen Bier-Kreationen. Paulaner ist ein alteingesessener Münchner Familienbetrieb mit rund 900 Mitarbeitern, der mittlerweile in über 80 Länder weltweit exportiert und sich zu einem global denkenden, modernen und erfolgreichen Markenunternehmen entwickelt hat. Mehr Informationen unter www.paulaner.de

**Pressekontakt Paulaner Brauerei
Gruppe GmbH & Co. KGaA**

Hanna Meier
Brand Communications
Ohlmüllerstraße 42
81541 München
Tel.: 089 / 48005-941
Hanna.meier@paulaner.de