



## **PRESSEINFORMATION**

### **Festgemacht:**

### **Hanse Sail und Warnemünder Woche holen Rostocker an Bord**

**Rostock, 21. März 2022. Je beliebter ein Event, umso begehrt ist es auch für Unternehmen, sich dort zu engagieren und präsentieren. Wie die Hanse Sail und Warnemünder Woche, die ihre Ausschankrechte neu ausgeschrieben hatten. Die überzeugendste Bewerbung kam von Rostocker: Im direkten Wettbewerb hat sich das Bier der Hansestadt Rostock durchgesetzt.**

Als die Ausschreibung in der Doberaner Straße eintraf, war sofort klar: Da braut sich etwas zusammen. „Wenn die beiden publikumsstärksten Veranstaltungen der Region ihre Ausschankrechte zu vergeben haben, sind auch größere Dickschiffe unter den Brauereien bereit, uns als Partner der ersten Stunde abzulösen“, so Brauereigeschäftsführer Wilfried Ott.

Um das Ruder selbst in dieser stürmischen See an sich zu reißen, hat seine Rostocker Crew einen klaren Kurs gesteckt: Pfiffige Ideen, die mehr bieten als gutes Bier und natürlich auch Geld, sollten überzeugen. „Wir haben viele Tage und durchaus auch Nächte an einem Gesamtkonzept gestrickt, mit dem wir die Hanse Sail und Warnemünder Woche weiter aufwerten wollen,“ lässt Alexander Köthe aus dem Marketing hinter die Kulissen blicken. „Herausgekommen ist ein dickes Präsentationsbuch mit vielen, vielen Vorschlägen, die offenbar auf ganzer Linie überzeugt haben.“

Insbesondere mit der Einbindung ihrer Handels- und Gastronomiekunden als „Werbebotschafter“ hat die Traditionsbrauerei ein echtes Pfund in die Waagschale geworfen: Geplant sind unter anderem Rostocker Sixpacks in limitierter Auflage, Sonderetiketten für die Rostocker Pils-Flaschen sowie Sonderbierdeckel und Aktionstage bei Partnerwirten. Außerdem wird es für jedes Event eigene Shirts geben, die gerade bei einem Designwettbewerb entstehen.

„Ich freue mich sehr, dass unsere starke Partnerschaft mit der Hanseatischen Brauerei Rostock ihre Fortsetzung findet“, unterstreicht auch Matthias Fromm, Geschäftsführer der Rostocker Gesellschaft für Tourismus und Marketing mbH. „ROSTOCKER ist seit Jahren eng mit der Hanse Sail und der Warnemünder Woche verbunden. Dank dieses Engagements ist es gelungen, beide maritimen Veranstaltungen zu echten Markenzeichen unserer Stadt zu entwickeln. Diese hanseatische Tradition möchten wir gemeinsam in die Zukunft tragen und unseren Urlaubern, Gästen und Einheimischen auch weiterhin einzigartige Erlebnisse bieten.“

Damit Rostocker pünktlich zum Stapellauf startklar ist, laufen die Vorbereitungen auf allen Positionen auf Hochtouren. Wilfried Ott: „Der Schiffsführer kann die Manöver schließlich nur gut fahren, wenn seine Crew genau weiß, was wann zu tun ist.“ Mit dem eingespielten Team in der Braustätte über die brauereieigenen Eventprofis bis zu den Vertriebskollegen ist er jedoch gewappnet für diesen Wellenritt.



(v. l.) Mattias Fromm und Wilfried Ott





**Rostocker. Ein echtes Kind der Küste.**

*Als Botschafter ihrer Heimatstadt tragen die Rostocker Biere mit Stolz das Rathaus und den Greif aus dem Rostocker Stadtwappen im Logo – und im Herzen. Die mit Leidenschaft gebrauten Biere stehen in der Tradition einer 760-jährigen Rostocker Braukultur: Unter der Dachmarke Rostocker sind das feinherbe Rostocker Pils, das natürlich, fruchtig, frische Rostocker Radler naturtrüb, das malzaromatische Rostocker Export, das vollmundig-aromatische Rostocker Zwickel naturtrüb sowie die Spezialitäten Rostocker Bock Dunkel und Rostocker Bock Hell zusammengefasst. Für die Gastronomie ist zudem das vollaromatische Rostocker Dunkel zu haben. Mehr Rostock passt in keine Flasche!*

**Weitere Presseinformationen:**

Hanseatische Brauerei Rostock GmbH  
Alexander Köthe, Marketing/PR  
Doberaner Straße 27  
18057 Rostock  
Tel. (03 81) 45 64 670  
E-Mail [alexander.koethe@rostocker.de](mailto:alexander.koethe@rostocker.de)

UNITED PUBLIC RELATIONS GmbH  
Renate Goergen  
Fleher Str. 3  
40223 Düsseldorf  
Tel. (02 11) 31 60 99 22  
E-Mail [info@united-pr.de](mailto:info@united-pr.de)