



PRESSEINFORMATION

Neumarkter Lammsbräu legt bei Alkoholfreien zu und stabilisiert Umsatz auf hohem Niveau

- Absatz der alkoholfreien Getränke um 2,1 Prozent gestiegen, Umsatz erreicht Vorjahresmarke
- Bio-Pionier festigt Position in der Spitzengruppe der deutschen Hersteller für alkoholfreie Biere

Neumarkt in der Oberpfalz, 1. April 2025 – Der Bio-Pionier Neumarkter Lammsbräu hat 2024 einen Umsatz von 31,7 Mio. Euro erwirtschaftet. Damit erreichte das Familienunternehmen aus der Oberpfalz in einem fordernden Marktumfeld wieder die Marke des Vorjahres (2023: 31,7 Mio. Euro) und bestätigten einmal mehr sein im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit um rund zehn Prozent erhöhtes Umsatzniveau (2019 28,9 Mio. Euro). Zentraler Baustein dafür waren die alkoholfreien Getränkelinien, deren Absatz um 2,1 Prozent auf 157.134 hl zulegte (2023: 153.858). Damit bauten die Oberpfälzer ihren Platz in der Spitzengruppe der deutschen Hersteller für alkoholfreie Biere sowie am Markt für Bio-Limonaden weiter aus. Die alkoholhaltigen Getränke konnten sich der rückläufigen Dynamik auf dem deutschen Bier- und Bio-Bier-Markt¹ hingegen nicht entziehen und verbuchten einen Absatz von 73.251 hl (2023: 85.524 hl). Insgesamt verkaufte Neumarkter Lammsbräu 2024 230.384 hl Bio-Getränke, 3,8 Prozent weniger als 2023 (2023: 239.382 hl).

Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer von Neumarkter Lammsbräu:

- „Das zurückliegende Jahr zeigt deutlich, dass es sich lohnt, an langfristigen Zielen festzuhalten - auch wenn einem zwischendurch der Wind ins Gesicht bläst. Als wir vor rund 30 Jahren anfangen alkoholfreies Bio-Bier zu brauen und ein deutschlandweit einzigartiges, sehr breites Sortiment an

¹ Der Absatz von alkoholhaltigem Bier in Deutschland ist im Jahr 2024 gegenüber dem Vorjahr um 2,0 Prozent gesunken. Siehe hierzu Pressemitteilung Nr. 044 des Statistischen Bundesamts vom 3. Februar 2025, abrufbar unter https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2025/02/PD25_044_73.html. Der Absatz von alkoholhaltigem Bio-Bier ist laut Auskunft des Marktforschungsinstituts NIQ auf Basis der Daten seines NIQ MarketTrack 2024 um zwölf Prozent gesunken.

Neumarkter Lammsbräu



Alkoholfreien aufzubauen, wurden wir oft belächelt. Wir haben oft gehört: ‚Bio und dann auch noch alkoholfrei, wie soll das klappen?‘. Wir haben uns nicht beirren lassen - und das war der Beginn einer absoluten Erfolgsgeschichte. Heute machen die Alkoholfreien den größten Teil unseres Absatzes aus und wir sind als im Verhältnis kleine Familienbrauerei nicht nur Trendsetter, sondern auch in der absoluten Spitzengruppe der deutschen Hersteller für alkoholfreie Biere. Hier werden wir im laufenden Jahr weiter ansetzen. Man darf gespannt sein.“

- „Selbstverständlich für uns als Bio-Pionier ist, dass wir auch unter den aktuell schwierigen politisch-ökonomischen Rahmenbedingungen konsequent bei unserer Linie bleiben und uns weiter auf unsere Stärken fokussieren. Seit letztem Jahr schütten wir deshalb unter anderem Gemeinwohlprämien an die Landwirte unserer stetigen wachsenden Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) in Höhe von einem Prozent unseres Umsatzes aus. Im laufenden und im nächsten Jahr bringen wir außerdem unser Klimaschutzengagement mit Investitionen in Höhe von rund 7,5 Millionen Euro weiter voran, um nur eine weitere Maßnahme zu nennen.“
- „Mit seiner Vielzahl an Einzelmaßnahmen ist unser seit Jahrzehnten konsequent vorangetriebenes ökologisches Wirtschaftsmodell zum einen das Fundament für eine erfolgreiche Zukunft und unser Beitrag für eine enkeltaugliche Welt. Zum anderen wirkt es schon jetzt und hat es uns und unsere Partner sehr gut durch die letzten Jahre getragen, auch weil wir es mit erfolgreichen Weichenstellungen u. a. im Hinblick auf die Kostenstruktur sowie Ressourceneffizienz kombiniert haben. Es ist neben höchster Produktqualität auch die Basis für die breite Wertschätzung für unser Unternehmen.“
- „Der Bio-Markt hat sich insbesondere im Bereich der A-Marken noch nicht ganz von der Nach-Corona-Delle erholt. Zwar kommen die Kunden zurück in die Bioläden und greifen auch im Supermarkt bei Bio-Artikeln zu, oft landet dann aber Handelsware im Einkaufskorb. Wenn es die wie bei Bio-Bier nicht gibt, wird aktuell auch mal auf konventionelle Ware ausgewichen. Und das sieht man an den Zahlen des Marktes für alkoholhaltiges Bio-Bier. Hier müssen wir Bio-Hersteller die Kommunikation ausbauen, um den Kunden den Mehrwert unserer Produkte besser greifbar machen und uns besser von konventionellen Anbietern abzugrenzen.“

Neumarkter Lammsbräu



- „Wir bei Neumarkter Lammsbräu haben deshalb zum Jahreswechsel unseren Markenauftritt im Handel erneuert. Unter dem übergreifenden Hashtag #anstoßen machen wir jetzt schon direkt am Regal erlebbar, wofür jedes Getränk von Neumarkter Lammsbräu steht, warum jeder Schluck den ökologischen Wandel anstoßen hilft und welche große Geschmacksvielfalt den Kunden dabei geboten wird. Ganz zentral dabei sind neu gestaltete Etiketten und Kronkorken, die unter anderem mit interaktiven Elementen wie QR-Codes einen authentischen Eindruck von unserer Brauerei und unseren Anliegen bieten. Auch hier werden wir weiter ansetzen.“

Ein Factsheet mit allen Basisinformationen über die Neumarkter Lammsbräu liegt diesem Text bei.

Weitere Informationen zu Neumarkter Lammsbräu finden Sie im Internet unter www.lammsbraeu.de.

Pressekontakt:

Dr. Daniel Haussmann
Haussmann Strategic Advisory
Pariser Platz 6a
10117 Berlin

Fon: +49-173-3015911

Email: haussmann@haussmann-advisory.de