



Presseclipping 2016

Darmstädter Echo, 13. Januar 2016, Wirtschaft

„Fußball-EM wird positiv wirken“

INTERVIEW Hessens Brauer-Präsident Wolfgang Koehler schaut entspannt nach vorn / Preise dürften 2016 steigen

VON ACHIM FREY

DARMSTADT. Vergütungssteuerepflichtig ist das Geschäft der Brauereien weiterhin nicht. Dennoch macht Bier verstärkt von sich reden: Durch aromaintensive Craft-Biere und das Reinheitsgebot, das im April 500 Jahre alt wird. Wir sprachen über Mengen und Preise sowie Perspektiven der Branche mit Wolfgang Koehler, dem Präsidenten des Hessischen Brauerbundes.

ECHO: Herr Koehler, wie lief denn das abgelaufene Jahr für die Brauwirtschaft?

Wolfgang Koehler: In Hessen gab es ein Minus von etwa fünf Prozent, während der Bund da besser abschnitt. Aufgrund eines Export-Zuwachses um 4,3 Prozent – deutsches Bier ist weltweit gefragt, vor allem wegen des Reinheitsgebots – wird das Minus eine Null vor dem Komma haben. Wobei zu beachten ist, dass hier die Alkoholfreien, die sich unter das Biersteuergesetz fügen, nicht enthalten sind. Immerhin jedes zwanzigste Bier hierzulande.

ECHO: Wo liegt der Pro-Rogit-Konsum?

Koehler: Bei 103 Litern (Vorjahr: 107, Tschechien kommt auf 144 Liter, die Red.). Wir nähern uns ja schon seit Jahren den 100 Litern.

ECHO: Und wie lief es in Südhessen bei Pfingstbieren, Schmucker und Darmstädter vor allem?

Koehler: Südhessen ist bei plus 0,7 Prozent. Hier treiben sich in eigener Sache sprechen. Denn die Darmstädter Privatbrauerei hat 6,5 Prozent zugelegt inklusive alkoholfreier Produkten, war der Treiber. Und das ohne Auslandsgeschäft, nur mit hessischen Zahlen.

ECHO: 2015 war Marge vor Menge ein geflügeltes Wort. Hat sich darüber durchgesetzt, wie sieht es an der Preisfront aus?

Koehler: Das ist so geblieben. Und es wird sich noch weiter verändern. Es deuten sich diverse Erhöhungen an, über den Daumen um einen Euro je Kasten. Zum einen wegen der Kisten, zum anderen kann man feststellen, dass preisintensivere Biere im oberen Segment nicht schlechter fahren als Oettinger von der anderen Seite (das ist der Bier-Aldi auf dem hiesigen Markt, die Red.). Beispiel aus unserem Haus: Edeka hat umgelegt unsere Preise erhöht – das führte zu einem Absatzplus.

ECHO: Macht vor diesem Hintergrund das Geschäft wieder mehr Spaß trotz Konkurrenzdruck, Gastronomiekrise, Einkaufsmacht des Handels?



Wolfgang Koehler, Präsident des Brauerbundes Hessen/Rheinland-Pfalz und Chef der Darmstädter Privatbrauerei.

FOTO: ACHIM WETZ

Koehler: Bier verkaufen macht immer Spaß ...

ECHO: ...trinken auch.

Koehler: Natürlich (lacht). Wir haben ein authentisches Produkt, eines, in dem viel Engagement ist. Kurzum: es ist etwas anderes, als Schrauben zu verkaufen. Diese Emotionen richtig zu empfinden und draußen zu fördern, ist unsere Aufgabe. Nicht Vieltrinken, sondern Genuss steht im Vordergrund.

ECHO: Das ist eine ganz Überleitung zum Thema Craft-Bier.

Koehler: Richtig. Hier setzen sich die Leute mit einem neuen Produkt auseinander – ohne dass es hier um große Mengen geht. In dieser Community ist viel Druck im Kessel. Auf dem Feinerfest, beim Dämmer-Schoppen trinkt man Craft-Biere nicht. Das ist kein Dämmer-Schoppen. Aber – wie man in den USA sieht –, es gibt schon Craft-Bier-Brauereien mit 300.000 Hektolitern Jahresausstoß. Der typische Craft-Bier-Brauer trägt übrigens Kauschbart, sieht aus wie Timi Sailer vom SV 98.

ECHO: Das Thema sorgt also ebenso für Aufmerksamkeit wie das Jubiläum des Reinheitsgebots, dem ältesten Lebensmittelgesetz der Welt?

Koehler: Auf jeden Fall. Vier Rohstoffe (Hopfen und Malz, Wasser und Hefe, die Red.) bringen dem Verbraucher Sicherheit. Die Geschichte gibt uns recht, es gibt keinen Bier-

skandal. Das ist schön und hilfreich. Der Hinweis aufs Reinheitsgebot gehört aufs Etikett, selbst wenn der deutsche Verbraucher das voraussetzt.

ECHO: Wie steht es um die Alkoholfreien bei sogenannten Alkoholfreien, die ja mal eine schürrende Bundesstapungsgründe eingefordert hat?

Koehler: Dieser Wert steht ja jetzt drauf. Auch der Hinweis, dass ein Alkoholfreies bis zu 0,5 Prozent Alkohol haben kann, was übrigens auch Verbraucher-schützer ganz entspannt sehen.

ECHO: Hat die gesamte Branche schon umgestellt?

Koehler: Die Branche hat es zu 100 Prozent umgesetzt. Diese minimalen Alkoholverte werden auch in anderen Lebensmitteln erreicht vom Sauerkraut über Kaffee bis zum Apfelsaft. Physiologisch ist das nicht mehr nachweisbar und nicht gesundheitsschädlich.

ECHO: Einige Brauereien aber haben ja auch Nullkomma. Wie das?

Koehler: Das nehmen wir zur Kenntnis, sehen das aber als Werbegag. Dahinter steht hoher Aufwand, zugleich leidet meist der Geschmack. Ein 0,0-Bier ist halt staubig trocken.

ECHO: Und wie geht es mit den Alkoholfreien weiter?

Koehler: Wir sehen die weitere

Entwicklung absolut positiv. Der Renner ist Weißbier alkoholfrei, gerse als isotonisches Sportgetränk angepriesen, weil hier die stumpfen Geschmacksnoten überdeckt werden. Das läuft toll und hat alkoholfreies Pils überholt. Ähnlich sieht es bei Festsause aus.

ECHO: Auf den Wunschzetteln vieler Brauereichefs für 2016 steht ein Fußball-Sommermärchen durch die EM in Frankreich und gutes Wetter. Wie sieht es bei Ihnen aus?

Koehler: Ich habe früher über Fußball-Gmkevergnisse geredet, weil ich den Eindruck hatte, dass sie an der Gastronomie vorbeigehen. Ich bin mit dem Fahrrad Gaststätten abgefahren während deutscher Spiele – das sah ziemlich traurig aus. Dafür geht natürlich Flaschenbier um so besser. Die EM wird sich also unterm Strich auch 2016 positiv auswirken.

ECHO: Und wie sind insgesamt die Erwartungen?

Koehler: Die Brauer wären froh, den Status quo zu halten bei festigen Erträgen. Wir befinden uns nach wie vor auf hohem Niveau. 103 Liter wollen erst einmal getrunken sein. Der Mineralwasser-Verbrauch ist schließlich noch mal gestiegen, Kaffee nach wie vor stabil.

ECHO: Bei höheren Bierpreisen ist das zu verschmerzen.

Koehler: Da muss man differenzieren. Wir haben die Einzel-

ZUR PERSON

Wolfgang Koehler

Wolfgang Koehler (62) ist Vorsitzender des Brauerbundes Hessen/Rheinland-Pfalz (Westend), der Brauereien mit rund neun Millionen Liter Jahresausstoß repräsentiert. Das sind zehn Prozent des hierzulande insgesamt hergestellten Getreidealkohols. Der Jurist, der die Darmstädter Privatbrauerei in fünfter Generation führt, sitzt zudem im Präsidium des Deutschen Brauerbundes (Berlin).

biere, die beim Preis kaum etwas tun. Dann die Fernsehbiere, die sich bekriegen, wohl ebenfalls nicht erhöhen. Die Preisführer sind jetzt die Mittelständler, die den Kunden intensiver betreiben. Mehr für Vereine. Preise und die jeweilige Stadt oder Region tun.

ECHO: Das ist doch ein gutes Schutzschild gegen den Übernahmeschuss auf globaler Ebene, wo Anheuser-Busch Inbevy zusammen mit SAB Miller 600 Millionen Hektoliter pro Jahr emulieren – die gesamte deutsche Branche als vertriebene Nummer vier über nur auf etwa 95 Millionen Hektoliter kommt.

Koehler: Die Chancen für Regionalbrauereien sind da, man muss aber seine Hausaufgaben machen, für die Region stehen, pflügen Ideen haben. Dann bleibt der Kater aus.

Darmstädter Echo, 21. Januar 2016, Wirtschaft

Erfolgreiche Darmstädter Brauereien

BIERMARKT Braustüb'l und Grohe 2015 mit dicken Zuwächsen / Expansion in Frankfurt / Preisanhebung geplant

VON ACHIM PREU

DARMSTADT. Die zwei am schnellsten wachsenden Brauereien der Region auf einem eher stagnierenden Markt kommen aus Darmstadt: Die hiesige Privatbrauerei sowie Grohe, Kultstätte des handwerklichen Bieres.

Seitdem Eintracht Frankfurt und der SV Darmstadt 98 beide in der ersten Fußball-Bundesliga spielen, ist das Verhältnis der Fans deutlich angespannter geworden. Nur beim Relaxen gibt es offenbar keine Irritationen. Da greifen die Kunden aus der Bankenmetropole gern zu Gerstensaft aus der Heinerstadt. Inzwischen gebe es in Frankfurt 70 Geschäfte, meist Rewe-Läden, die Braustüb'l oder Grohe führen, so Wolfgang Koehler, geschäftsführender Gesellschafter der Darmstädter Privatbrauerei. Nummer drei in Südhessen hinter Pfungstädter und Schmucker. Der Relaunch der Marke habe geklappt, die neue Wertigkeit in Bronze-Braun und in der Bügelverschlussflasche „macht Dursi“, sagt Koehler im Gespräch mit dem ECHO über das vergangene Jahr.

Aber auch in Darmstadt sind die Rückmeldungen vom Markt überaus positiv, was natürlich damit zusammenhängt, was drin ist. Mehrere Goldmedaillen für mehrere Sorten und der Bundeswettbewerb des Ministeriums für Landwirtschaft, den nur 15 Brauereien hienzulande erhalten haben von rund 1400, das kist in der Goebelstraße Freude aus.

Die Ernte soll 2017 eingefahren werden

In Zahlen heißt das: Der Ausstoß ist um 6,5 Prozent auf 65.000 Hektoliter gestiegen, wobei Helles (plus 19 Prozent) und Fassbrause (plus 12,5) am stärksten zulegt. Hinzu kommen Lohnbrau- und Lohnabfüllaufträge (weil Bügelverschlüsse besondere Maschinen erfordern) von Branchenkollegen über 25.000 Hektoliter.

Hinter allem steht der pa-



Fest in der Hand der Familie Koehler (hier im Bild Christoph Koehler) befinden sich die Biermarken Braustüb'l und Grohe.

FOTO: ANDRÉ HRTZ

Pfungstädter und Schmucker

Südhessens Bier-Marktführer ist die **Pfungstädter Brauerei**. Zahlen für 2015 waren aktuell nicht in Erfahrung zu bringen. 2014 lag der Ausstoß bei 300.000 Hektolitern. Mit etwa 120 Mitarbeitern hat die Marke mit dem Hufeisen rund 30 Millionen Euro umgesetzt.

Schmucker im Mossautal gehört mittlerweile zur Münch-

ner Brauholding International (BHI) – Gemeinschaftsunternehmen von Schörrhuber und Heineken – und wird zusammen mit der Schwesterbrauerei Hoepfner in Karlsruhe geführt. Die 1780 gegründete Brauerei hat mit 65 Mitarbeitern zuletzt rund elf Millionen Euro umgesetzt, bei schwarzen Zahlen, wie es heißt.

relativ zum Absatz auf 11,5 Millionen Euro gewachsene Umsatz, der aber nach roten Zahlen 2014 nur eine schwarze Null zulässt. Denn die neue Markenpositionierung hat bislang zwei Millionen Euro gekostet, erst ab 2017 werde die Ernte eingefahren. Gleichwohl ist die Belegschaft um zwei Köpfe auf nunmehr 50 Mitarbeiter gestiegen.

Durch den neuen Auftritt wurde auch die Preispositionie-

rung verändert – bisweilen eigenständig durch den Lebensmittelhandel. Der verteuerte das Bier mal eben und gewann trotzdem Absatz. Dies hat Koehler offenbar Mut gemacht, sich zum 1. März einen Schluck aus der Palle zu gönnen.

Zu diesem Termin wird der Kasten um rund einen Euro oder sechs Prozent teurer – nach vier Jahren Abstinenz, wie es heißt. Ein gesunder Mittelstand braucht die Preisfüh-

erschaft, so Koehler, zugleich Hessens Brauerpräsident. Mit einem Fassbieranteil von 31 Prozent – Indikator für den Absatzkanal Gaststätte – liegen die Darmstädter um zehn Punkte über den bundesdeutschen Zahlen. Rund 20 neue Gastronomiebetriebe hat Koehler 2015 hinzubekommen, beliefert nun 500 Adressen. Aber die Mäsk macht letztlich Flaschenbier, obwohl hier der ein oder andere Hektoliter nicht realisiert wird, weil man konsequent weiter an der „Null-Einweg-Politik“ festhält.

Vorrang hat die Region

Und auch Auslandsmärkte, für andere Wachstumsstimulanz, sind kein Thema. Die Region und die intensive Marktbearbeitung vor Ort, diesem Credo folgt Koehler mit dem Familienbetrieb in fünfter Generation. Dabei helfen 2016 dann natürlich auch externe Faktoren wie 500 Jahre Reinheitsgebot,

was am Tag des deutschen Bieres am 23. April gebührend gefeiert wird. Oder die Fußball-Europameisterschaft in Frankreich.

Auch die zweite, getrennt geführte Brauerei ist in Händen der Koehlers. Die Söhne Christoph (Vertriebsleiter der Privatbrauerei) und Wolfgang, die peu à peu das Ruder des Stammbetriebes übernehmen, sind Eigentümer der „Bier-Manufaktur“ Grohe, einer Darmstädter Institution. Dort lag der Zuwachs im vergangenen Jahr bei 16 Prozent auf knapp 10.000 Hektoliter, womit die technische Braukapazität langsam an ihre Grenzen stößt und Investitionen erfordert. Mit fünf Sorten und ebenso vielen Mitarbeitern werden dort 1,5 Millionen Euro umgesetzt, die nicht in den Zahlen der Darmstädter Privatbrauerei enthalten sind. Dieses Geschäftsmodell eines Kultbieres soll selbstredend weiter gehen und gepflegt werden. Den Spaßfaktor gibt es schließlich gratis obendrauf.

Darmstädter Echo, 26. Februar 2016

Katerstimmung im Jubiläumsjahr

BIER Glyphosat-Studie schlägt Wellen / Südhessens Brauer geben Entwarnung für die eigenen Produkte: Rohstoffe kommen aus der Region

VON ACHIM PRIEU
UND HANNO HITZ

DARMSTADT/MÜNCHEN. Das Pestizid Glyphosat ist auch in deutschem Bier nachweisbar. Nun ist die Aufregung groß. Der Unkrautvernichter steht im Verdacht, Krebs zu erregen.

Das Münchner Umweltinstitut hat 14 der beliebtesten Biermarken Deutschlands testen lassen und dabei Spuren des Unkrautvernichters Glyphosat gefunden. Die Werte lagen zwischen 0,46 und 29,74 Mikrogrammen pro Liter und damit im Extremfall fast 300-fach über dem gesetzlichen Grenzwert für Trinkwasser von 0,1 Mikrogrammen, wie das Umweltinstitut am Donnerstag mitteilte. Einen Grenzwert für Bier gibt es allerdings nicht. In wenigen Tagen soll auf europäischer Ebene über eine eventuelle Zulassung von Glyphosat entschieden werden. „Ein Stoff, der wahrscheinlich krebsverursachend ist, hat weder im Bier noch in unserem Körper etwas verloren“, sagte Sophia Guttenberger vom Umweltinstitut. Sie forderte die Brauer auf, zu klären, wie das Herbeizid ins Bier kommt.

Wolfgang Koehler, geschäftsführender Gesellschafter der Darmstädter Privatbrauerei, Brauereifach in Hessen und Präsidiumsmitglied beim Deutschen



Wasser, Malz, Hopfen – das genügt für ein gutes Bier. Das Foto entstand bei einer Ausstellung im Technozentrum Mannheim.

PHOTO: DPA

Brauerbund, hatte gestern viele Fragen zu beantworten. „Das Thema hat zweifelhafte Staub aufgewirbelt.“ Telefonkonferenzen waren die Folge. Man nehme daher nicht auf die leichte Schulter, sei aber insofern beruhigt, als man in Darmstadt „kein Grün aus ausländischen Malz verwenden“, was offenbar Ursache des Problems ist. Rohstoffe beziehe man aus Pfungstadt und

der Pfalz. Bei dem routinemäßigen Malz-Monitoring habe es nie Auffälligkeiten gegeben. Dass das Umweltinstitut sich keine Enaberrügel, sondern Bier ausgesucht habe, lege an deutlich höheren Aufmerksamkeit. Gleichwohl gehe sich immer wieder die Frage zu stellen: Sind wir so sauber? Zumal die Wasserqualität schlechter werde, die Nitratbelastung zu-

ALLGEGENWÄRTIG

Die weltweit am meisten genutzte Unkrautvernichtungsmittel ist seit 1974 auf dem Markt. Glyphosat steckt in Hunderten Pharmazeutika und wird unter verschiedenen Handelsnamen vertrieben.

GLYPHOSAT

ge. Für Koehler eine Aufgabe für die Politik.

Willy Schmidt, Geschäftsführer bei der Odenwälder Traditionsmärkte Schmucker, sieht das Thema gelassen. Das Verbrauchertum sei nicht zu kognieren, doch Warenbeschaffung und Kontrolle der Rohstoffe seien überaus streng; man selbst kaufe nur im Süddeutschen ein. „Ich

habe da überhaupt keine Bedenken.“ Dass das Thema gerade jetzt aufkommt, wundere ihn nicht. Das bei einem „sympathischen Produkt“ wie Bier im 500. Jahr des Reinheitsgebotes das Pestizid nachgewiesen werde, das sei zweifellos „ein toller Zeitpunkt.“ Letztlich drehe sich die ganze Diskussion aber eher um die Grundätze der Landwirtschaft als um die Reinheit des Biers.

Eichbaum schaltet Speziallabor ein

Ein Sprecher der Privatbrauerei Eichbaum verweist darauf, dass das Mannheimer Unternehmen im Zuge des Rohstoff-Monitorings sechs Grenzwertanalysen pro Jahr zur Untersuchung an den Deutschen Brauerbund schickt. Dies geschähe auf freiwilliger Basis und es seien dabei nur Werte gemessen worden, die in irgendeiner Form gesundheitlich wären, versichere Eichbaum-Pressesprecher Holger Vamer-Schönthal. Für Malz gibt es (im Gegensatz zum Endprodukt Bier) einen gesetzlichen Höchstwert für Glyphosat, der bei 20 Mikrogramm pro Kilo liegt. Im vergangenen Jahr waren die gemessenen Mengen bei den Proben kleiner als 0,1 Prozent dieses gesetzlich erlaubten Höchstwertes. „Die Proben wurden sowohl von Instituten als

auch von Brauereien selbst geprüft und als absolut unbedenklich eingestuft.“

Anders als für den Rohstoff hat Eichbaum derzeit noch keine Glyphosat-Messwerte für das „Endprodukt Bier“. Hier werden die Hauptsorten (Pils, Export und Hefeweizen) nun in einem Speziallabor in Oppenheim untersucht, um mögliche Bedenken von Verbrauchern auszuräumen. Für die Eichbaum-Marken bezieht das Unternehmen seine Braugeräte aus der Region, und zwar von konventionellen Landwirten. Für die in den Export gehenden Biere werden demnach Rohstoffe aus ganz Europa eingekauft. Wer noch geringere Glyphosat-Werte haben will, müsse auf Bio-Bier setzen, so die Einschätzung des Pressesprechers. Eichbaum kommt eigenen Angaben zufolge auf einen Ausstoß von 1,8 Millionen Hektoliter pro Jahr und beschäftigt in Mannheim rund 300 Mitarbeiter.

Die Pfungstädter Brauerei wolle sich zum Thema Glyphosat nicht äußern und verwies in diesem Zusammenhang an den Pressesprecher des Deutschen Brauerbundes.



Eine TED-Übersage zu dem Thema gibt es auf www.mdr-online.de

FAZ vom 19. April 2016

Bierdurst wächst nicht

Brauerbund sieht Steigerung nur bei Alkoholfreiem

wbr. FRANKFURT. In Hessen geht der Bierabsatz seit den siebziger Jahren beharrlich zurück, und die Brauer haben sich damit abgefunden, dass eine Steigerung über den aktuellen Pro-Kopf-Verbrauch von etwa 105 Litern hinaus kaum mehr erreichbar ist. Gestern gaben der Präsident des Brauerbundes Hessen/Rheinland-Pfalz, Wolfgang Koehler, und Geschäftsführer Axel Jüring in Frankfurt aus Anlass der Feiern zu 500 Jahren Reinheitsgebot einen Überblick über den hessischen Biermarkt.

Koehler, Inhaber der Darmstädter Brauerei, erklärte den Rückgang von 147 Litern in den siebziger Jahren auf nunmehr wenig mehr als 100 Liter mit veränderten Lebensgewohnheiten. Er berichtete, dass vor 30 Jahren noch 18 Prozent seines Brauereiausstoßes an die Kantinen der Darmstädter Unternehmen gegangen seien. Heute liege der Wert bei null. Das allein verringere die Menge beim Pro-Kopf-Verbrauch um 15 Liter. Weitere zehn bis 15 Prozent entfielen auf den Alkoholverzicht von Autofahrern. Einfluss auf den geringeren Bierabsatz habe auch das Kneipensterben. Koehler sprach von Ausdünnung, vor allem auf dem Land, und nannte die Arbeitszeiten als Grund. Mit Nachwuchs in den Lokalen sehe es trostlos aus. Außerdem machte er hohe Mieten in den Städten für die steigenden Insolvenzzahlen unter Lokalbesitzern aus. Zudem lasse die demographische Ent-

wicklung nicht erwarten, dass die Brauereien viel mehr Bier absetzen könnten als bisher. Und der Export stagniere. Über die Gastronomie setzt die Brauwirtschaft rund 20 Prozent ihres Ausstoßes ab.

Doch die Brauer klagten nicht nur. Sie kündigten an, am Reinheitsgebot als Alleinstellungsmerkmal festzuhalten und darauf aufzubauen. In den 75 hessischen Brauereien hält man sich überall laut Koehler an die Vorgaben, nur Wasser, Hefe, Hopfen und Gerstenmalz für die Bierproduktion zu nehmen.

Keine genauen Angaben machten die Brauer über die Menge an alkoholfreiem Bier, das sie auf den Markt bringen. Es ist nämlich in den Zahlen von 105 Litern, die jeder Hesse im Jahr trinkt, und den 2,9 Millionen Hektolitern, die in Hessen gebraut werden, nicht enthalten. Denn die Zahlen orientieren sich an der anfallenden Biersteuer, und die wird nur für alkoholhaltiges Bier erhoben. Der Brauerbund erwähnt aber, dass die Getränkehändler bei alkoholfreiem Bier starke Steigerungsraten meldeten. Mittlerweile sei jeder zwanzigste Liter Bier, der in Deutschland gebraut werde, alkoholfrei. In Hessen macht Koehler zufolge Pils 70 Prozent des Bieres aus, in Deutschland seien es nur 50 Prozent. Doch Export oder Helles habe die stärksten Zuwachsraten. Dosenbier spielt Koehler zufolge in Hessen keine Rolle, verlangten doch Abfüllanlagen hohe Investitionen.

„Bier ist so sexy wie früher“

VON ACHIM FREU

Hier sei ein Kulturgut, so
Kuebler, so bekannt wie VW.



Hier wird weiterhin gern getrunken, nicht nur auf dem Oktoberfest.

Und so werde der Bierkonsum künftig um die 100 Liter pro Kopf und Jahr schwanken, das Niveau der Sechziger Jahre -, die Brauer sich auf qualitatives Wachstum konzentrieren und „vernünftigen Preisen und Kosten“ auch angesichts der Überkapazitäten am Markt. Auf den 500 Jahre alten Urkunden wolle man sich jedenfalls nicht ausruhen. „Denn hier ist so ne-ay wie früher“, dazu ist Koelliker überzeugt. Und das nicht nur, weil die Fußball-EM vor der Tür steht.



Darmstädter Echo vom 20. April 2016

Alles dreht sich ums Reinheitsgebot

JUBILÄUM Drei Darmstädter Brauereien feiern auf dem Marktplatz den Tag des Bieres

DARMSTADT (hap). Am Samstag, 23. April, besteht das Reinheitsgebot für Bier seit 500 Jahren. Dieses Jubiläum begehen die drei Darmstädter Brauereien Braustüb'l, Grohe und Ratskeller Hausbrauerei mit einem Tag des Bieres auf dem Marktplatz.

Das Reinheitsgebot ist Freunden erstklassigen Biergenusses heilig. Deshalb dreht sich am Samstag von 11 bis 15 Uhr auf dem Marktplatz alles ums Bier.

Um 11.45 Uhr beginnt eine Podiumsdiskussion zum Thema Bier und Reinheitsgebot mit Oberbürgermeister Jochen Partsch, den Braumeistern der Brauereien, Wirten sowie Wolfgang Koehler, Geschäftsführer

der Darmstädter Privatbrauerei. Die Moderation hat Markus Philipp. Drumherum gibt es Verkostungsstände, Gewinnspiele und Livemusik mit „Forever Lion“.

In der Darmstädter Privatbrauerei am Hauptbahnhof geht es um 18.30 Uhr weiter mit Brauereibesichtigungen (bis 20 Uhr). Ab 19.30 Uhr spielt die Band „Pfund“. Jeder Besucher bekommt ein Freibier.

Auch beim Grohe gibt es die Möglichkeit, von 17.30 bis 19.00 Uhr die Brauerei zu besichtigen. Ab 19.30 Uhr spielt in der beliebten Kultstätte vieler Darmstädter „Forever Lion“ und im Anschluss die „Rollin' Rockets“. Außerdem wird ein Jubiläumsmärzen ausgeschrieben.



Frankfurter Rundschau, 21. April 2016

Frankfurter Rundschau - Tag des Bieres

<http://www.fr-online.de/darmstadt/darmstadt-tag-des-bieres,1472858,3...>

Frankfurter Rundschau

DARMSTADT

Darmstadt - 20.04.2016

Tag des Bieres

Brauereien in Darmstadt feiern 500 Jahre Reinheitsgebot.

Am kommenden Samstag, 23. April, besteht das Reinheitsgebot für Bier seit 500 Jahren. Dieses Jubiläum begehen die drei Darmstädter Brauereien Braustüb'l, Grohe und Ratskeller Hausbrauerei mit einem Tag des Bieres von 11 bis 15 Uhr auf dem Marktplatz.

Um 11.45 Uhr beginnt eine Podiumsdiskussion zum Thema Bier und Reinheitsgebot mit Oberbürgermeister Jochen Partsch, den Braumeistern der Brauereien, Wirtin sowie Wolfgang Koehler, Geschäftsführer der Darmstädter Privatbrauerei (Braustüb'l) und Präsident des Brauerbunds Hessen und Rheinland-Pfalz. Die Moderation übernimmt Markus Philipp. Das Rahmenprogramm sieht Verkostungsstände, Gewinnspiele und Livemusik mit der Band „Forever Lion“ vor.

In der Darmstädter Privatbrauerei am Hauptbahnhof geht es um 18.30 Uhr weiter mit Brauereibesichtigungen (bis 20 Uhr). Ab 19.30 Uhr spielt die Band „Pfund“. Jeder Besucher bekommt ein Freibier.

Auch beim Grohe gibt es die Möglichkeit, von 17.30 bis 19.00 Uhr die Brauerei zu besichtigen. Ab 19.30 Uhr spielen in der beliebten Kultstätte vieler Darmstädter „Forever Lion“ und im Anschluss die „Rollin' Rockets“. Außerdem wird ein speziell gebrautes Jubiläumsmärzen ausgetrennt. (rnp)

Artikel URL: <http://www.fr-online.de/darmstadt/darmstadt-tag-des-bieres,1472858,34130632.html>

Copyright © 2015 Frankfurter Rundschau

Rhein-Main Zeitung, 21. April 2016

Nur drei Zutaten, seit einem halben Jahrtausend



Darauf ein zünftiges Pils: Das Reinheitsgebot, das auch für Brauereien im Rhein-Main-Gebiet gilt, wird 500 Jahre alt.

Foto: dpa

So viel wird gepanscht in diesen Tagen: Parteiprogramme sind kaum mehr unterscheidbar, weil jeder beim anderen abschreibt, in Kalbsleberwurst ist auch Schweineleber drin, und der bestellte Ökostrom kann Beimischungen

aus einem Atomkraftwerk haben, wenn das in der Nähe liegt. Nur beim Bier gilt nach wie vor ein strenges Reinheitsgebot. Am Samstag jährt sich der Erlass der Regel, wonach nur Gerste, Hopfen und Wasser drin sein dürfen (Hefe kam

später dazu), zum 500. Mal. Anlass genug, einen Blick auf den Brauerei-Standort Rhein-Main zu werfen, der zwar nicht der Nabel der Bier-Welt ist, aber doch lebendig. Immerhin hat in Frankfurt der größte deutsche Brauereikon-

zern seinen Sitz, und es wird an mehreren Orten an Craft-Bieren getüftelt. Ein Prost auf eine Branche, die auf ihre Reinheit stolz ist, wegen des anhaltenden Absatzrückgangs aber nicht mit sich im Reinen ist. (Siehe Seiten 38 und 39.)



FAZ, 21. April 2016

Wirtschaft

BRUNNEN/STILLER/REUTERS/FAZ

500 Jahre deutsches Reinheitsgebot: Nicht nur in Bayern, auch im Rhein-Main-Gebiet



Ein Bier aus dem Reinheitsgebot. (Foto: Peter Schmitt/FAZ)

Kleine Mengen, anspruchsvoller Geschmack

Craft-Bier ist der neueste Trend auf dem Markt, auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.

Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.



Ein Bier aus dem Reinheitsgebot. (Foto: Peter Schmitt/FAZ)

Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.

Mit Mut und neuen Hopfensorten für mehr Lust auf Bier

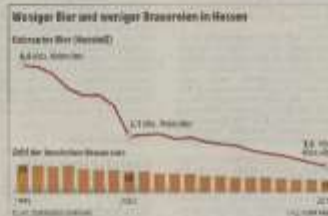
Der Durst auf Bier lässt nach. Dies spüren auch die Brauerien in Hessen. Einst große Marken spielen kaum noch eine Rolle, andere sind sogar verschwunden. Doch widerstehen findige Mittelständler erfolgreich dem Verdrängungswettbewerb. Von Thorsten Winter

Reinheitsgebot. Das Wort ist heute fast nur noch ein Begriff. In der Realität ist es ein Gesetz, das die Zusammensetzung von Bier regelt. In der Realität ist es ein Gesetz, das die Zusammensetzung von Bier regelt.

Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.

Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.

Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.



Im Gespräch: Richard Schmitz, Kofler & Koopman

„Bier ist immer noch ein Männergetränk“

Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.

Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.

Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert. Das Reinheitsgebot von 1517 ist heute noch ein Thema. Nicht nur in Bayern, sondern auch in Rhein-Main wird häufig experimentiert.



Richard Schmitz, Kofler & Koopman

feiert die Bierbranche ein großes Jubiläum – in schwierigen Zeiten

Brauereien im Rhein-Main-Gebiet

[illegible][illegible]

The other two main flowering types occur on a semi-annual basis. At the Santa Ana, Corralito, Comstock and Rehder, the November 1 groups had the same flower behavior as the January group and joined the October 1 group. Other groups (e.g. 1986-1988 at Santa Ana) occurred between March and April. In the Santa Ana, Corralito and Rehder, the November 1 group had the same flower behavior as the January group and joined the October 1 group. Other groups (e.g. 1986-1988 at Santa Ana) occurred between March and April. In the Santa Ana, Corralito and Rehder, the November 1 group had the same flower behavior as the January group and joined the October 1 group. Other groups (e.g. 1986-1988 at Santa Ana) occurred between March and April.

[illegible]

Die Theorien der Natur sind vollkommen in Einklang mit Philosophie und Naturgeschichte, auch die eth. Theorien. Zu den ethischen Theorien sind zu rechnen auch Lebensregeln, denn letztere sind eben Theorien. Diese sind in Summa zu lesen, wie wir schon oben gesehen. Die Grundsätze der Ethik sind die Grundsätze der Philosophie und der Naturgeschichte, und die Philosophie ist die Wissenschaft der Natur, und die Naturgeschichte ist die Wissenschaft der Philosophie. Die Grundsätze der Ethik sind die Grundsätze der Philosophie und der Naturgeschichte, und die Philosophie ist die Wissenschaft der Natur, und die Naturgeschichte ist die Wissenschaft der Philosophie.

Die Kupferkessel glänzen nur noch für die Besucher

Auch in der Pfurtenstädter Privatbäckerie wird Eier nach industriellen Regeln hergestellt – aber ein bisschen Nostalgie will man sich trotzdem bewahren.

PFU-PLANT. Was eine Pfanzpflanze ist, hat der Botaniker auf dem Grundgesetz festgelegt: der Mensch soll die Pflanze so beschaffen, daß sie sich selbst in der Lage befindet, die zu ihrer Fortpflanzung notwendigen Funktionen auszuführen. In der Praxis ist es jedoch nicht so einfach, denn die meisten Pflanzen sind, wie auch Menschen, auf andere Lebewesen angewiesen. Die meisten Pflanzen sind also Parasiten, die auf anderen Pflanzen leben. Die meisten Pflanzen sind also Parasiten, die auf anderen Pflanzen leben. Die meisten Pflanzen sind also Parasiten, die auf anderen Pflanzen leben.

Die meisten dieser "Büchereien" sind kleine, einfache Holzboxen, die an einer Wand oder an einem Tisch befestigt sind. Sie sind in der Regel mit einem Schild beschriftet, das den Namen der Bibliothek und die Adresse angibt. Die Boxen sind in der Regel mit einem Schild beschriftet, das den Namen der Bibliothek und die Adresse angibt.

Die 1964 erbaute, 1200 Personen fassende, evangelische Kirche steht auf dem Gelände des ehemaligen Klosters. Die Kirche ist ein Beispiel für die moderne Kirchenarchitektur. Sie ist ein Werk des Architekten Hans Holthuis. Die Kirche ist ein Beispiel für die moderne Kirchenarchitektur. Sie ist ein Werk des Architekten Hans Holthuis.

Die Tübingen-Universität (Landesuniversität) ist eine der größten Universitäten in Deutschland. Sie wurde im Jahr 1477 gegründet und ist heute eine der führenden Universitäten in Europa. Die Universität hat eine lange Tradition der Forschung und Lehre in verschiedenen Bereichen der Wissenschaften. Sie ist bekannt für ihre hervorragende Ausbildung und ihre engen Beziehungen zu anderen Universitäten weltweit.

[illegible]

berien feiern

Einige der bekanntesten Autoren der Gegenwart haben sich anlässlich des Bestehens des Deutschen Reiches mit 100 Jahren Geburtstag in Bonn zum *Caricaturtag* versammelt. Gerd Gierke, der 11 Jahre alt geworden ist, hat 15 bis 17 Jahre lang, 18 bis 22 Jahre lang, 23 bis 27 Jahre lang, 28 bis 32 Jahre lang, 33 bis 37 Jahre lang, 38 bis 42 Jahre lang, 43 bis 47 Jahre lang, 48 bis 52 Jahre lang, 53 bis 57 Jahre lang, 58 bis 62 Jahre lang, 63 bis 67 Jahre lang, 68 bis 72 Jahre lang, 73 bis 77 Jahre lang, 78 bis 82 Jahre lang, 83 bis 87 Jahre lang, 88 bis 92 Jahre lang, 93 bis 97 Jahre lang, 98 bis 100 Jahre lang gelebt. (Der Text ist eine Parodie auf den Text des 1. Kapitels des 1. Buches der 1. Mose.)



data rights for themselves. The underlying problem is that the

Brautereien feiern

[illegible]

Darmstädter Echo, 23. April 2016

Samstag, 23. April 2016

9

ECHO-THEMA: REINHEITSGEBOT

Ein historisches Recht auf günstiges Bier

GESCHICHTE Es ist der Stolz des deutschen Brauwesens und jährt sich heute am 23. April zum 500. Mal: das Reinheitsgebot. Ganz frei ist das deutsche Brauwesen der ursprünglichen bayerischen Landesverordnung jedoch nicht geblieben.

REINHEITSGEBOT

Das Reinheitsgebot, das alle deutschen Brauereien seit 1516 befolgen müssen, ist heute ein Symbol für die Qualität und Tradition des deutschen Bieres. Es ist das einzige Lebensmittelgesetz, das weltweit noch existiert. Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.



von Reinhold KRETT

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

Was war Ihr bester oder schönster Bier-Moment?

VERLEBUNG: Ektorsches ECHO-Bier-Tasting in Darmstädter Privatbrauerei / Sonntag, 23. April 2016

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

Langweilige Einheit oder kreative Reinheit?

REI: Verschiedene Hopfen-, Mais- und Hefenorten sorgen für großen Fassenspektakel

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

Das Reinheitsgebot ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert. Es ist ein Teil der bayerischen Verfassung und ist seit 1990 in der Grundgesetz verankert.

[illegible]

Darmstädter Echo, 25. April 2016

„Ein guter Ort, um ein Bier zu trinken“

JUBILÄUM Brauereichef Wolfgang Koehler und Oberbürgermeister Jochen Partsch diskutieren über das Reinheitsgebot

VON MIRIAM GARTLGRUBER

DARMSTADT. Zum 500. Geburtstag des deutschen Reinheitsgebotes luden Darmstädter Brauereien am Samstag zu mehreren Veranstaltungen ein. Die Feierlichkeiten rund ums Thema Bier starteten mit einer Podiumsdiskussion, Bierverkostungen und Live-Musik auf dem Marktplatz.

Der 23. April steht ganz im Zeichen des Bieres und erinnert traditionell an das 1516 in Ingolstadt erlassene deutsche Reinheitsgebot. Nun wird das älteste Verbraucherschutzgesetz der Welt 500 Jahre alt – das ist auch für die Darmstädter ein Grund zu feiern. Eine Podiumsdiskussion mit Oberbürgermeister Jochen Partsch und dem Geschäftsführer der Darmstädter Privatbrauerei, Wolfgang Koehler, eröffnet das Fest, das die städtischen Brauereien Grobe, Darmstädter Privatbrauerei und Ratskeller Hausbrauerei ausrichten.

„Das Schöne an Darmstadt ist die Regionalität der Biere, und dass die Brauereien so unterschiedlich sind“, findet Koehler. „Noch dazu ist unsere Stadt mit ihren drei Brauereien in Hessen einmalig.“ Partsch weist darauf hin, dass die Brauereien eine große regionale Ver-



500 Jahre Reinheitsgebot: Den Auftakt der Feier macht eine Podiumsdiskussion mit Wolfgang Koehler, Chef der Darmstädter Privatbrauerei, Moderator Markus Philipp und OB Jochen Partsch (von links). FOTO: ANDRÉ HIRTZ

antwortung hätten, indem sie sich um die Produktionsmittel und deren Beschaffenheit kümmern. Das Reinheitsgebot sei trotz seines beachtlichen Alters eines der modernsten Gesetze in Deutschland, das eine klare Information enthalte und die Transparenz sichere.

Dass die Braumeister es schaffen, trotz der Grundlage von nur vier Zutaten (Hopfen,

Malz, Hefe und Wasser) eine solch große Vielfalt einmaliger Biere herzustellen, findet Koehler bemerkenswert. Wichtig sei es aber – bei aller Freude über das Bier – auch an die Aufklärung zu denken. Hier weisen Partsch und Köhler auf die Kampagnen des Brauerbundes hin, dem insbesondere der verantwortliche Umgang der Jugend mit Alkohol am Herzen liegt.

Dass die nach dem Reinheitsgebot gebrauten Biere qualitativ hochwertiger und besonders köstlich seien, finden die beiden Gastronomen Wolfgang Baumert vom Föhleehof und Klaus Mangold, Betreiber der Wunderbar, die ebenfalls zu Wort kommen.

Während der Pausen sorgen die Nachwuchsmusiker der Band „Forever Lion“ für Stim-

mung, außerdem gibt es ein Gewinnspiel vom Braustüb'l, bei dem der Sieger einen Freund aus der Ferne zum Heimerfest nach Hause holen kann. Natürlich darf zum Jubiläum ein passendes neues Bier nicht fehlen: „Das Jubiläumsbier ist besonders dunkel und etwas stärker als normales Bier“, informiert Koehler über das bei Grobe gebraute Bier.

Verschiedene Führungen

Nach der Veranstaltung auf dem Marktplatz wenden die Feierlichkeiten am Abend in die Brauereien verlegt. Dort können Besucher unter anderem an verschiedenen Führungen teilnehmen und sich die einzelnen Abteilungen eines Brauhauses zeigen lassen.

„Heute ist ein wichtiger Tag für alle Bierfreunde“, meint ein Darmstädter Student, der mit Freunden zur Brauerei Grobe gekommen ist. Die drei sind sich einig: „Darmstadt ist ein guter Ort, um ein Bier zu trinken“.



Welches ist ihr Lieblingsbier?
TED-Umfrage auf
www.echo-online.de

Darmstädter Echo, 20. Mai 2016

Ein echtes Bier kann auch nach Mandarine schmecken

GESCHMACKSPROBE ECHO-Leser erhalten exklusive Einblicke in der Privatbrauerei



Den ECHO-Lesern wird hier ein säuerlich schmeckendes Kirsch-Bier aus Belgien kredenzt.

FOTOS: ANDREAS HELM

VON PATRICK KÖRBER

DARMSTADT. Ein exklusives Bier-Tasting haben rund 20 ECHO-Leserinnen- und Leser in der Darmstädter Privatbrauerei genossen. Die Gewinner der Aktion machten eine kleine Geschmacksreise durch Europa.

Wie kommen eigentlich Geschmack und Alkohol ins Bier, der Schaum aufs Bier und woher kommt der herbe Geschmack eines Pils? Keine dieser Fragen lässt Braumeister Wolfgang Erbe bei der Führung durch die Darmstädter Privatbrauerei offen. 20 ECHO-Leserinnen und Leser haben die Bierführung samt einer exklusiven Verkostung gewonnen. Bevor es zur eigentlichen Geschmacksprobe geht, lernen die Teilnehmer den Produktionsprozess des Bieres kennen, das aus Hopfen, Malz, Hefe und Wasser gebraut wird. Immer noch nach den Vorabes des Reinheitsgebotes von 1516. Die Gruppe erzählt etwa, dass die Darmstädter Privatbrauerei an ihrem Standort in der Goebelstraße einen eigenen Brunnen hat.

Welche Rolle spielt das Wasser?

Ein Leser will wissen, ob das der Qualität des Bieres nicht abträglich sei, angesichts der Abwässer einer Großstadt. Braumeister Erbe berichtet, dass ein Brunnen auf dem Land ganz andere Probleme habe, durch den Einsatz von Düngemitteln. Die Darmstädter Brauerei holt ihr Wasser aus 110 Meter Tiefe, da gebe es kein Qualitätsproblem. Auch erklärt Erbe anschaulich und unterhaltsam die Funktion des Hopfens, der das Bier nicht nur haltbarer macht, sondern auch die Herbe ins Bier bringt. So spricht der Brauer von Bitter-

graden, um zu beschreiben, wie herb der Gerstenisat ist. Ein Braustüb'l Pils hat beispielsweise 30 Bittereinheiten, das Traditionsbier Darmstädter Pils einen Bittergrad von 35. Im Vergleich: Warsteiner liegt bei 25 und damit eigentlich unter dem Einstiegsgrad eines Pils, so Erbe. „Ein Weizenbier wiederum hat fast gar keinen Hopfenanteil“, sagt der Braumeister.

Der Schaum, der in Deutschland hoch geschätzt wird, kommt durch das pflanzliche Eiweiß. In anderen Ländern



werde das Eiweiß oft herausgefiltert, sodass fast kein Schaum auf dem Bier steht. Weiter überrascht Erbe damit, dass Bier UV-empfindlich ist, den Geschmack bei längerem Lichteinfall verändert. Daher übrigen die braunen Flaschen als UV-Schutz. Grüne oder durchsichtige Flaschen seien eher eine Marketingvorgabe – denn ein Wunsch von Braumeistern. Um zu verhindern, dass das Pils in grü-

nen Flaschen nach einigen Monaten anders schmeckt, bestrahlt eine norddeutsche Brauerei ihr Bier bereits bei der Herstellung mit UV-Licht. „Das Bier schmeckt dann von Anfang an alt“, scherzt Erbe.

Zum Geschmack des Bieres tragen eigentlich alle Zutaten bei. Das erklärt Brauereichef Wolfgang Koehler den ECHO-Gewinnern persönlich. „Das Reinheitsgebot ist kein Einheitsgebot. Bier ist nicht gleich Bier“, betont Koehler. Mit den unterschiedlichen Malz-, Hopfen- oder Hefesorten ließen sich über eine Millionen Bier-Varianten nach den Vorgaben des Reinheitsgebotes brauen. Ein Beispiel, was Hopfen geschmacklich so hergibt, hat die Darmstädter Brauerei in der eigenen Produktpalette von 14 Bieren. So dürfen die die ECHO-Bierschmecker ein Darmstädter IPA (India Pale Ale) testen: Fruchtiger Geruch und Mandarinenaroma. Aber ganz ohne Fruchtzusatz, der Geschmack kommt durch eine besondere Hopfen-Sorte, das Bavaria Mandarin. Die Bitterkeit des Hopfens (Bittereinheit 67) wird durch den relativ hohen Alkoholgehalt von 6,7 Prozent überdeckt.

In eine völlig andere Richtung geht das belgische „Kriek Boon“, ein Kirschbier, das durch einen hohen Milchsäureanteil säuerlich schmeckt, nicht jedermanns Sache, aber Teilnehmerin Iris Vogler meint: „Ein angenehmes Sommerbier.“ Und Nina Wolf kann sich beispielsweise im irischen Stout, das nicht nur wie kalter Kaffee aussieht, sondern durch den hohen Malzanteil auch fast so schmeckt, gut ein Vanilleeis vorstellen. Die Bier-Reise führt weiter in die Schweiz, zum sogenannten Samichlaus, ein Bier, das nur am 6. Dezember zu Nikolaus gebraut wird. Es duftet nach Dörripflaumen und weist ordentliche

NACHGEFRAGT

Welches ist ihr Lieblingsbier?

Pils	47%
Export/Helles	23,4%
Weizen	14,7%
Trinke kein Bier	10,3%
Lager	1,8%
Starkbier	1,3%
Craft-Bier	0,8%

Diese nicht repräsentative Umfrage stand von 24. April bis 30. April auf www.echo-online.de. Es wurden 832 Stimmen abgegeben.



So „bunt“ kann Bier sein. Die Auswahl des ECHO-Bier-Tasting.

Umdrehungen von 14 Prozent Alkohol auf. Braumeister Erbe empfiehlt das süße starke Gebäu zum Dessert.

„Ich habe überhaupt nicht damit gerechnet, dass wir auch ausländische Biere kosten. Das war überraschend und auch sehr schön“, sagt ECHO-Leser Thorsten Warg. „Mit dem Chef der Brauerei an einem Tisch zusammenzusitzen rundet die Sache ab.“ Denn während der Verkostung erzählt Brauerei-Geschäftsführer Koehler einen Schwank nach dem anderen, etwa dass die Darmstädter Brauerei die erste in Hessen war, die Weizenbier gebraut hat und dafür Bundesehrenpreis für Weizenbier verliehen bekam. Etwas, das bis dato nur bayrischen Brauereien gegönnt war.

Und Jahre bevor der Boom mit Biermischgetränken eingesetzt hat, brachte Koehler das Whizz auf den Markt – ein Bier mit Pfirsichgeschmack. Drei Jahre habe er durchgehalten, dann das Gemisch wieder aus dem Angebot genommen. Heinz Heß freut sich indes, dass sich auch die Darmstädter Privatbrauerei an dem Craft-Beer-Trend beteiligt. Ihm schmecke das IPA-Bier (India Pale Ale), weil es so kräftig im Geschmack sei. „Toll, dass der Brauereichef Koehler mit dabei war“, sagt Bettina Göbel. Und Iris Vogler, eine überzeugte Pils-Trinkerin, zieht für sich das Resümee: „Es war fantastisch. Ich habe Biere kennengelernt, die ich nie kaufen werde.“



Braumeister Wolfgang Erbe zeigt Malz, wie es das deutsche Reinheitsgebot vorgibt. Hopfen wird heute nur noch als Extrakt hinzugegeben, damit der flüchtige Geschmack der Pflanze nicht verloren geht. Das Wasser holt sich die Darmstädter Privatbrauerei aus ihrem eigenen Brunnen.

DARMSTADT

Darmstädter Echo, 28. Mai 2016

Die Brauerei-Legende lebt

UNTERNEHMEN IM GESPRÄCH Kultbier hört in Darmstadt auf den Namen Grohe / Boom auf stagnierendem Markt

VON ACHIM FRIED

DARMSTADT. Unbedarft und Darmstadt-Besucher können schon mal vorbeilaufen an der Gerstensaft-Kultstätte Karlstraße-Ticke-Nieder-Ramstädter-Straße. Für andere ist es der Fixpunkt ihres Schülerlebens. Ort für 50-jährige Abschlüsse. Ziel von Gästetrottern, die mit Woggenwasser getauft wurden. Was Speakeasy-Corner in London darstellt ist dem Heimer der Grohe – aber eben zugleich urig-witzig.

Dass Wolfgang Koehler Augen leuchten, ist kein Wunder. Wenn er über Grohe spricht, dann sprudelt es nur so aus ihm heraus, obwohl Hessens Brauerpräsident, Eigentümer der Darmstädter Privatbrauerei und Grohe-Gesellschaftsführer schon viel gesehen hat. Vielleicht weiß er deshalb diese Pötte seines Gewerbes besonders zu schätzen. Überputzte Wände, teilweise dorthin wickendes Interieur oder im Anbau die Atmosphäre einer Skihütte aus den Bergen. Unten im verwinkelten Anbau offene Gärbottiche und Holzläser. Aufgesetzt ist in der Bier-Manufaktur nichts.

Hier sitzen intus Banker im dunklen Zween neben Rentnern und Monteuren oder Studenten an einem Tisch beim 0,4-Liter-Glas Gerstensaft, eine andere Kneipenkultur eben. 280 Sitzplätze drinnen, 350 im sogenannten Biergarten mit wildem Grün zusammen mit dem Braustüb'l am Hauptbahnhof sei dies „die stärkste Biergestalt Südhessens“, sagt Koehler. Ein Wallfahrtsort für Freunde des süffigen Hefen, das früher als Frauenbier angesehen wurde und aktuell der Biertrinkend bundesweit ist. Daneben gibt es Märzen, Pils und Bock sowie Weizen. Besonders beliebt sind

HISTORIE Bier seit 1838 aus der Karlstraße

(agut). Ab 1838 wurde auf dem Brauereigelände, genauer in der Karlstraße 30, Bier gebraut. Um 1867 übernahm Georg Brödelbach die Brauerei unter dem früheren Namen „Zum Erbacher Hof“. Zu dieser Zeit gab es in Darmstadt viele kleine Hausbrauereien. Jeder Stadtbürger hatte quasi sein eigenes Bier. Der Name Grohe tauchte erstmals 1899 auf, als Gabriel Grohe zum Besitzer der Brauerei „Zum Erbacher Hof“ wurde. Gabriel Grohe brauchte sich um die Zukunft seines Be-

triebes nicht sorgen, denn er hatte drei Töchter und drei Söhne. Nachdem der eine Sohn, Otto, nicht aus dem Ersten Weltkrieg zurückkehrte, übernahm Georg die Brauerei und sein Bruder Josef wurde Brauereimeister. Dessen Sohn, ebenfalls Otto, führte diese Tradition des Brauerhandwerks weiter und gründete heute noch als weltweiter Ruheständler sein Grohe-Bier. Gegen Ende des Zweiten Weltkriegs 1944 blieb von Darmstadt nur ein Trümmerhaufen übrig und auch mit der Brau-

erei war es damit vorbei. Erst 1948 wurde im Grohe erstmals wieder selbst gebraut. Zu dieser Zeit übernahm dann Maria Grohe, die Enkeltochter von Gabriel Grohe, das Geschäft und führte dies mit Geschick und eiserner Hand bis Ende der achtziger Jahre. 1989 übernahm dann Wolfgang Koehler die Brauerei und vergrößerte den Brauereiausgang. Dass die Postanschrift heute Nieder-Ramstädter-Straße lautet, ist heutzutage nicht wirklich.



Wolfgang Koehler ist die Repräsentation über seine Brauerei anzusehen.

die 300 Holzlässer von fünf bis 50 Liter, die heute ausgeföhren werden für heimische Gartenpartys. Der Faschieranteil – auch über moderne Kegs – liegt übrigens bei 35 Prozent (Branche: 20 Prozent).

Aschaffenburg. Eder-März-Schlagpöppel, mit 120.000 Hektolitern im Jahr freilich längst übliches Industriebier. Denn große Kessel und besagter Anspruch passen nicht zusammen.

„Wir gehen einen ganz anderen Weg“, so der Jurist mit seiner eigenen Definition: „Kult ist, wenn man unbeworben nachgefragt wird.“ Bis 20 Kilometer Umkreis ist dem so, wird Grohe gesucht und behandelt wie ein Bäckerei, der unter die Prohibition fällt. In den vergangenen fünf Jahren hat sich der Absatz verdoppelt auf 9600 Hektoliter 2015. Nach einem Plus von 28 Prozent im ersten Vierteljahr 2016 hat man nun die 11.000 vor Augen. Die technische Kapazität liegt bei rund 18.000 Hektol. „Dann sind wir am Ende des Lebens“, was man beim Gang über enge Treppen und kleine Keller nur zu gerne glaubt. Die Rentabilität sei außerordentlich erfreulich, sagt Koehler. Vor dem geschuldeten Hintergrund dürfte das mindestens so bleiben. Die Handvoll große Mannschaft mit Brauereimeister Stefan Gochler kam zuletzt auf 1,15 Millionen Euro Umsatz.

Dazu sind auch andere Absatzkanäle nötig – was erst auf gebaut werden musste. Denn tiefes Misstrauen, ziviel Mangel abgeben zu müssen, stand dem einst entgegen. Heute, so Koehler, werden 30 Gaststätten beliefert, der Fachgroßhandel sowie Lebensmittelzettelhandel wie Rewe, Kaufland und andere. Von Langen bis zur Bergstraße sowie in den nahen Odenwald geht Grohe-Bier, Lössungs- oder Eintrittsgebühren, wie vielfach üblich, sind kein Thema. „Grohe-Bier muss gewollt werden.“ Aber diese Sogwirkung durch Verbraucher funktioniert. Mit 14,95 Euro der Kasten sieht man sich als Preisführer. Dieser sei durch die handwerkliche Produktion voll gerechtfertigt, heißt es.

Preisführer – und zugleich begehrt

Abgefüllt wird zwar bei der Darmstädter Privatbrauerei, teilweise auch über deren Lkw ausgeliefert. Gebeut wird ausschließlich und entgegen immer mal wieder auftauchender Gerüchte nur bei Grohe. Denn die beiden Brauereien werden ge-

trennt geführt, auch wenn sie beide in den Händen der Familie Koehler liegen. Konkret: Des Sohnes Christoph und Wolfgang, die später auch die Privatbrauerei leiten sollen, gehört Grohe.

Leicht war es nicht, an Grohe zu kommen, erinnern sich der Sohn. Denn Pfingststädter, Schöoberger oder Binding, alle haben damals mitgegeben, als Maria Grohe, alt und krank, verkauft wurde, weil niemand aus der Familie Interesse zeigte. Nach ihrem Tod habe er ein Vierteljahr mit den Erben rumgepackt, so Wolfgang Koehler. Für 2,2 Millionen Euro kam der Deal letztlich zustande, freiden wurden über alles vier Millionen investiert, hat sich der lange Atem ausgezahlt. Denn zunächst sank der Absatz unter 4000 Hektol, weil es keine Maria mehr gab, das Vertrauen fehlte. Aber das ist kein Thema mehr. Denn in der digitalen Zeit, die im Zeichen von Datenströmen steht und Softwareprogrammen, die in Wolken schweben, endet ein solcher Ort und ein solches Bier. Hier ist der Mensch noch Mensch. Ein Geschäftsmodell aus der Vergangenheit mit großer Zukunft.



Und so verdient sich Grohe seinen Ruf als Darmstädter Institution und Kultstätte handwerklichen Bieres redlich. Anders als andere, die diesen Megatrend nur nutzen zur Differenzierung – und nicht leben, so die offene Kritik. Beispielsweise wie die



Zünftig und urig geht es in der Gaststube zu.

STECKBRIEF Grohe GmbH

Branche: Brauerei
Produkte: Hef, Märzen, Bock, Pils, Weizen, Fassbrause
Standort: Darmstadt
Umsatz: 1,15 Millionen Euro
Geschäftsführer: Wolfgang Koehler
Gründung: 1838
Mitarbeiter: 5
Kunden: eigener Ausschank, Gastronomie, Getränke-Fachgroßhandel, Einzelhandel, Tankstellen



Unter Denkmalschutz steht vieles bei Grohe.

Getränkefachgroßhandel, Ausgabe August 2016

INTERVIEW

Gelungener Relaunch

Darmstädter Privatbrauerei:
Marke Braustüb'l fest etabliert

Seit Mai 2014 tritt die Darmstädter Privatbrauerei ausschließlich unter der Marke Braustüb'l auf. Das Unternehmen investierte damals rund 1,7 Mio. Euro für den gesamten Markenrelaunch (siehe auch BRAUINDUSTRIE, 9/2014 Seite 28 ff.). GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL besuchte den geschäftsführenden Gesellschafter Wolfgang Koehler gut zwei Jahre später, um zu erfahren, ob der Markenaustausch gelungen ist und wie sich die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens seitdem darstellt (eis).

GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL: Herr Koehler, wird denn der Name „Darmstädter Privatbrauerei“ überhaupt noch verwendet?

Wolfgang Koehler: Wir firmieren als Unternehmen nach wie vor unter Darmstädter Privatbrauerei, bei unserem gesamten Auftritt und vor allem bei den Produkten treten wir aber ausschließlich mit Braustüb'l in Erscheinung.

GFGH: Dabei handelt es sich nicht nur um einen Markenrelaunch, sondern gar um einen Markenaustausch, der im Mai 2014 vollzogen wurde. Ist es denn bis dato gelungen, die Marke Braustüb'l fest beim Konsumenten zu etablieren und gab es auch Bedenken?



Stießen auf den erfolgreichen Markenrelaunch an: Wolfgang Koehler (li.) und Thomas Essler, Redaktion GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL

Koehler: Zunächst darf ich stolz und ehrlich sagen, es ist zu 100 Prozent gelungen. Natürlich gab es bei so einem Mammutprojekt Bedenken: Meine größte Angst bestand darin, dass die Marke Braustüb'l plötzlich nicht in Zusammenhang mit der Darmstädter Privatbrauerei gebracht wird und der rote Faden irgendwo reißt.

GFGH: Aber dazu kam es nicht...

Koehler: Nein, ganz im Gegenteil: Es gab ja auch früher schon einen Brauereiausschank mit Namen „Braustüb'l“, mit dem wir seit jeher verwurzelt sind. Seit dem Jahr 2000 haben wir dann peu à peu diesen Begriff als Marke eingeführt. Neu dabei war also nicht der Begriff, sondern die Radikalität, mit der wir diesen als Marke etabliert haben, indem wir unseren Außenauftritt auf das neue Erscheinungsbild umgestellt haben. Heute können wir mit Fug und Recht sagen, dass Braustüb'l zu 100 Prozent der Darmstädter Privatbrauerei zugeordnet wird.

GFGH: Worin lagen die größten Herausforderungen, die Marke Braustüb'l dem Konsumenten nahezubringen?

Koehler: Bereits auf den alten Flaschen finden Sie das Braustüb'l-Logo – allerdings mit dem lokalisierenden Zusatz „Darmstädter Braustüb'l“, in folgenden wurde lediglich der Begriff „Darmstädter“ herausgenommen.

Die weitaus größere Herausforderung lag in der technischen Umstellung aller Werbemittel, wie z. B. Kästen, Gläser, Außenwerbung, Fuhrpark, Festinventar etc. In diesem Punkt waren meine Befürchtungen groß, ob sich diese Verän-



Wolfgang Koehler, geschäftsführender Gesellschafter der Darmstädter Privatbrauerei: „Unser Ziel war es, dem Konsumenten einen gelungenen Markenrelaunch aus einem Guss zu präsentieren und das ist uns gelungen.“

derung auf das Konsumentenverhalten auswirken würde. Gott sei Dank waren diese unbegründet.

Dann wäre da aber noch die Vertrauensfrage des Konsumenten: Handelt es sich immer noch um dasselbe Bier? Hat sich da nur an dem Etikett etwas geändert oder auch am Inhalt? Da mussten wir dann nochmals bewusst betonen: Probiert es! Es ist das gleiche Rezept. Es hat sich also nur das Kleid verändert. Es war ja in erster Linie eine Diskussion zwischen unserer Werbeagentur taste! mit Günther Nessel und mir. Günther Nessel ist ein Freund der Verpackung. Er sagt, dass die Verpackung für ihn mit das Wichtigste heute im Verkauf ist.

GFGH: Und der neue Kasten kam bzw. kommt an?

Koehler: Definitiv, die Displaywirkung ist viel stärker und er wirkt sehr viel aufgeräumter und attraktiver als der alte. Das fällt vor allem dann auf, wenn man vor einer ganzen Palette steht.

„Neu war nicht der Begriff Braustüb'l, sondern die Radikalität, mit der wir diesen als Marke etabliert haben.“

GFGH: Darüber hinaus ging es auch um die überregionale Akzeptanz Marke der Braustüb'l.

Koehler: Richtig. „Ist Braustüb'l die Nachfolge von diesem Darmstädter Braustüb'l?“ – diese Frage kam natürlich. Einer Darmstädter Brauerei mit ihrem Darmstädter Bier, die in Darmstadt zu Hause ist und hier aktiv ist, glaubt man sofort. Aber eine Braustüb'l-Brauerei kann sich zwischen Flensburg und Garmisch irgendwo befinden.

Wir mussten also den Beweis antreten, dass hinter der Marke dasselbe Unternehmen mit derselben Philosophie und denselben Persönlichkeiten steht wie vorher und das ist uns auch gelungen.

GFGH: Können Sie konkreter werden und Zahlen bzw. Tendenzen zur Entwicklung seit dem Relaunch nennen?

Koehler: Gerne. Im Jahr des Relaunches 2014 konnten wir einen erfreulichen Absatz-Zuwachs von 14 Prozent verzeichnen. Im Jahr 2015 konnten wir dann noch einmal um acht Prozent zulegen – dies alles ohne Export oder Lohnbrauenaufträge, ausschließlich mit unserer Marke Braustüb'l. Das macht uns natürlich Freude und kam uns vor allem beim LEH in den Jahresgesprächen zugute, wo man gerade als Mittelständler oft einen schweren Stand hat. Regionalität wird dort zwar stets hochgehalten, doch wenn es um Konditionen geht, versteht der LEH keinen Spaß.

„Im Jahr des Relaunches 2014 konnten wir einen erfreulichen Absatz-Zuwachs von 14 Prozent verzeichnen, 2015 nochmal acht Prozent.“

GFGH: Das bedeutet ein Plus?

Koehler: Mit den großen Lebensmittelhändlern konnten wir im Jahr 2014 ein Plus von 15,86 Prozent verzeichnen. Dass das keine Einmalfliege war, zeigte auch das Jahr 2015. Hier konnten wir



Darmstädter und Braustüb'l vor dem Markenrelaunch sowie Braustüb'l nach dem Markenrelaunch (re.)

im gesamten Lebensmittelhandel um 13,08 Prozent zulegen. Selbst eine deutliche Preiserhöhung im März 2016 konnte unsere Steigerungsrate auch in diesem Jahr nicht bremsen.

GFGH: Und wie sieht die Entwicklung mit Braustüb'l im GFGH aus?

Koehler: 2014 legten wir um 6,8 Prozent zu, in 2015 waren es 4,2 Prozent beim GFGH.

GFGH: Inwieweit konnte der Relaunch die überregionale Entwicklung der Marke positiv beeinflussen?

Koehler: Durch den Relaunch konnten wir nun auch deutlich mehr Fuß im Frankfurter Raum fassen. Denn Darmstadt spielt in Frankfurt keine allzu große Rolle, also interessiert sich auch niemand für eine Biermarke Darmstädter. Anders mit Braustüb'l, wo wir von null kommend gleich im ersten Jahr 1000 hl absetzen konnten. Das zeigt uns, dass die Marke angenommen wird.

GFGH: Auch die Farbänderung spielt dabei eine zentrale Rolle?

Koehler: Ja. Früher konzentrierten wir uns auf die Farbe grün, sei es beim alten Logo, von der Lackierung der Ulls bis zu den Bierdeckeln. Wesentlich geschmackvoller und appetitlicher wirken aber die Farbtöne zwischen Kupfer und Holz bzw. warme Töne, die sich auch in der Gastronomie widerspiegeln. Unser Ziel war es, dem Konsumenten einen gelungenen Markenrelaunch aus

einem Guss zu präsentieren, daher haben wir uns dabei auch auf nur eine Agentur konzentriert.

GFGH: Regionale Bierspezialitäten im Retro-Look sowie Craftbiere sind derzeit gefragt auf dem Markt. Wie positioniert sich Ihr Unternehmen zu diesen Produkten?

Koehler: Wir haben ja mit der kleinen Brauerei Grohe, die ebenfalls im Herzen Darmstadts sitzt, sozusagen einen eigenen kleinen Mitbewerber in der Familie. Die von uns 1989 übernommene Gasthausbrauerei produzierte damals rund viereinhalbtausend Hektoliter. Aus dieser Brauerei Grohe haben wir jetzt eine 10.000-Hektoliter-Brauerei gemacht, die gerade in den letzten zwei bis drei Jahren viel Rückenwind von den Konsumenten erfahren hat, da sie authentisch ist und zeigt, wie handwerkliches Bierbrauen funktioniert – verbunden mit den Persönlichkeiten, die dahinterstehen. Gebraut werden unter anderem die Sorten Hell, Weizen, Märzen und Bock, darüber hinaus wird Fassbrause angeboten.

GFGH: Und Craftbier...

Koehler: ...bieten wir mit Craft No. 166 und Mokka Stout an.

GFGH: Um welches Bier handelt es sich dabei konkret?

Koehler: Craft No. 166 ist ein IPA. Die späte Beigabe feinsten Aromahopfens und die anschließende Kalthopfung mit

speziellem Mandarin-Bavaria-Hopfen sowie die Verwendung obergäriger Nottingham Ale-Hefe verleihen diesem India Pale Ale seinen ausgewogen fruchtigen und herben Charakter.

Mit 16,6 Prozent Stammwürze hat es einen Alkoholgehalt von 6,7 Volumenprozent und besitzt 67 Bittereinheiten.

GFGH: Dieses Produkt bieten Sie bewusst nicht in der Bögelschlusflasche an?

Koehler: Nein, denn es sollte sich ja absichtlich von unserer übrigen Produktrange abheben, da es sich um ein ganz besonderes Produkt handelt. Daher wird das Bier in die 0,33-Liter-Longneckflasche abgefüllt.



Ich darf stolz und ehrlich sagen, der Markenaustausch ist zu 100 Prozent gelungen."

GFGH: Wohin bewegt sich Ihrer Meinung nach der Verpackungs- und Gebindetrend im Bierbereich bzw. wie verhält sich die Situation für Ihr Unternehmen?

Koehler: Sixpack und Open-Basket sind Riesenthemen geworden. Wir verkaufen mittlerweile bereits 300.000 Sixpacks pro Jahr. Ursprünglich waren wir in erster Linie eine Fassbierbrauerei mit rund 39 Prozent Fassbieranteil, der leider rückläufig ist. Flaschenbier ist außerdem nicht so ertragsstark und noch gravierender wird's bei den Sixpacks.

Erstens verkauft man nur sechs Flaschen und zweitens kommt dann noch die Verpackung dazu, die kein Kunde bezahlen will. Insofern geht die Rentabilität eigentlich zurück. Diese Entwicklungen können wir aber durch ein kontinuierliches Wachstum auffangen.

GFGH: Sie sprachen vorhin den Frankfurter Raum als neugewonnenes bzw. erweitertes Vertriebsgebiet an. Spielt denn auch der Export Ihrer Produkte ins Ausland eine Rolle?

Koehler: Dieses Thema forcieren wir derzeit nicht. Vor zwei bis drei Jahren lieferten wir zwar unsere Produkte auch nach China, da dort Nachfrage bestand.

Aber bei einem achtwöchigen Transport muss die Qualität zwangsläufig leiden und das muss nicht sein. Uns ist es momentan viel wichtiger, die Marke in unserem Heimatmarkt weiter voranzubringen.

GFGH: Herr Koehler, wir wünschen Ihnen dabei weiterhin viel Erfolg und bedanken uns für dieses Gespräch. □



Auszug aus dem Braustüb'l-Sortiment nach dem Markenrelaunch

Darmstädter Echo, 5. Dezember 2016



Im Braustüb'l unweit des Hauptbahnhofs sind am Sonntag Bedürftige bekocht worden. Bedient wurden sie von Bürgermeister Rafael Reißer, der stellvertretenden Stadtverordnetenvorsteherin Nicole Frölich (auch Diakonie Teestube), Sozialdezernentin Barbara Akdeniz, Oberbürgermeister Jochen Partsch und dem Gastgeber, Brauereichef Wolfgang Koehler (von links). Foto: Andreas Kelm

Mehr als eine warme Mahlzeit

BEDÜRFTIGE Zum zweiten Mal werden sozial Benachteiligte im „Braustüb'l“ bekocht

Von Sebastian Philipp

DARMSTADT. „Nein, nein, ein Dach über dem Kopf, das hab' ich schon.“ Manfred, von allen nur „Manni“ genannt, wirkt nicht undankbar angesichts der Hilfe. Und das ist kein Wunder: Es war wieder so eine Nacht vom vergangenen Samstag auf Sonntag, in der die Temperaturen unter den Gefrierpunkt sanken. Die Kälte ist eine echte Gefahr für alle Menschen, die draußen schlafen, weil ihnen eine feste Unterkunft fehlt. Oder aber die diversen Angebote der Stadt werden von ihnen aus persönlichen Gründen nicht angenommen.

„Manni“ sammelt leere Flaschen

„Manni“ hat einen Weg gefunden, mit der inzwischen zu ihm gehörenden Armut umzugehen. Er sammelt leere Flaschen, um über die Runden zu kommen. „Das ist mein Reichtum“, erklärt er. Essen gehen in einer gehobenen Gastronomie? Für „Manni“ ist das unbezahlbar. Früher hatte er mal eine Arbeit als Herrenschnitzer. Da ging das vielleicht. Aber gegenwärtig?

„AUGEN AUF“

► Gerade wenn es draußen bitterkalt wird, sind Obdachlose verstärkt auf die Hilfe von Menschen und Behörden angewiesen. Unter der Telefonnummer 06151-133277 ist die Obdachlosenstelle beim Amt für Soziales und Prävention erreichbar. Außerhalb

der Dienstzeiten können sich Bürger, die den Eindruck haben, ein Mitmensch benötige Unterstützung, an das Diakonische Werk unter der Telefonnummer 06151-926250 wenden – oder aber an die Notrufnummern 110 beziehungsweise 112. (phil)

Heute steht der Vierundsechzigjährige schon um kurz nach 11 Uhr vor dem „Braustüb'l“ in der Goebelstraße unweit des Hauptbahnhofs. Er ist einer der ersten, weitere knapp 200 Menschen werden sich ihm anschließen. Sie alle folgen der Einladung von Wolfgang Koehler, Chef der Darmstädter Privatbrauerei.

Schon zum zweiten Mal öffnet er die Türen für jene, deren finanzielle Möglichkeiten arg begrenzt sind. Menschen, die im Übernachtungsheim der Diakonie Darmstadt im Zweifalltorweg eine Anlaufstelle gefunden haben oder die im Frauenübergangswohnheim in der Otto-Röhm-Straße leben, die sich den Angeboten von „Horizon e.V.“ oder der „Teestube Konkret“ geöffnet haben oder aber zur „Tafel“ gehen müssen.

An diesem Sonntag werden sie bekocht – ohne eine Gegenleistung erbringen zu müssen. Es gibt eine Champignoncreme-Suppe, danach deftiges Rindergulasch, zum Nachschmecken Milchreis. Es ist auch kein „normales“ Servicepersonal, das an diesem 2. Advent das Essen aufträgt. Unter den Helfern finden sich Prominente wie Oberbürgermeister Jochen Partsch, Sozialdezernentin Barbara Akdeniz, Bürgermeister Rafael Reißer und Nicole Frölich, Bereichsleiterin der Wohnungslosenhilfe im Diakonischen Werk Darmstadt-Dieburg.

„Wir merken, wie seit Mitte November eine Weihnachtsfeier die nächste jagt“, weiß Wolfgang Koehler, dass auch Menschen mit geringeren finanziellen Möglichkeiten ein Bedürfnis nach dieser Nähe

und Wärme haben. „Wir wollen ihnen zeigen, dass wir sie genauso wertschätzen wie alle anderen Menschen auch.“ Entsprechend deutlich ist dann auch der Dank, der ihm vielfach von den Bedürftigen entgegengebracht wird.

„Darmstadt ist eine reiche Stadt, aber auch eine reiche Stadt kennt Armut“, erklärt OB Jochen Partsch im Gespräch mit dem Echo. Die Not werde manchmal auch im Stadtbild sichtbar. Er lobt die Strategie, die „Armut nicht an den Rand zu drängen“. Drum sei das „Braustüb'l“ unweit des von vielen Menschen genutzten Hauptbahnhofs auch ein guter Platz für eine solche Aktion.

200 kleine Geschenktüten

Am Ende wechseln noch 200 kleine Geschenktüten, die von Mitarbeitern der Brauerei vorbereitet wurden, den Besitzer. Süßigkeiten, ein bisschen Obst, und für die Kinder Spielsachen finden sich darin. Und – unsichtbar – ist in jeder Tüte eine gehörige Portion Mitgefühl. Nicht nur in der Weihnachtszeit ein schönes Geschenk.

Bessunger Neue Nachrichten, 9. Dezember 2016

Darmstädter Privatbrauerei bat sozial Benachteiligte zu Tisch



AUF EINLADUNG der Darmstädter Privatbrauerei wurden am 2. Adventsonntag sozial benachteiligte Menschen zum vorweihnachtlichen Essen in das Braustüb'l in der Goebelstraße eingeladen. Knapp 200 Personen mit Kindern aus den Bereichen der Obdachlosenhilfe (Teestube, Darmstädter Tafel sowie anderen Sozialeinrichtungen) waren gekommen. Das Ehepaar Hanke vom Braustüb'l kochte mit seiner Küchenbrigade das Essen, das von der Familie Koehler, den Magistratsmitgliedern Barbara Akdeniz, André Schellenberg, Rafael Reißer und Oberbürgermeister Jochen Partsch sowie Nicole Fröhlich von der Teestube den Gästen serviert wurde. Mit dieser mittlerweile zweiten Einladung in der Vorweihnachtszeit wollen die Initiatoren den Menschen ein Gefühl der Anerkennung und Wertschätzung geben und ein Zeichen für gesellschaftliches Miteinander setzen. In der Organisation unterstützt wurde die Brauerei von Barbara Akdeniz und Nicole Fröhlich.

(Bild: Ralf Hellriegel)