

Darmstädter Echo, 28. Januar 2017

Darmstädter Erfolgsstory

PRIVATBRAUEREI Plus erzielt trotz Preisanhebung / „Belastbare Marke“ / Grohe wächst gar um 15 Prozent

Von Achim Preu

DARMSTADT. Die sogenannte Preiselastizität der Nachfrage verheißt in der Wirtschaftswelt eigentlich anderes: Wenn ein Produkt teurer wird, dann sinkt theoretisch normalerweise die Nachfrage. Aber es gibt natürlich Ausnahmen. So beispielsweise bei der Darmstädter Privatbrauerei GmbH im Jahr 2016. Obwohl die Preise um acht Prozent oder einen Euro je Kasten auf 14,79 zugelegt haben, nahm der biersteuerpflichtige Ausstoß um 3,1 Prozent zu. Und das in einem südhessischen Markt mit ansonsten eher negativen Vorzeichen.

Umstellung aufs Label „Braustüb'l“ zahlt sich aus

Wolfgang Koehler, der geschäftsführende Gesellschafter von „Braustüb'l“ und neuer Heinerfest-Präsident: „Da sieht man, ob eine Marke belastbar ist oder nicht.“ Sie ist es seit der Umstellung auf Bügelverschluss und auf das Label Braustüb'l, seitdem neue Farben und neue Tonalität Einzug gehalten haben. Was seinerzeit als durchaus nicht risikolos gesehen wurde, hat sich damit endgültig als großer Wurf entpuppt. Die 1847 gegründete Privatbrauerei, die letzte verbliebene von einst 27 in der Heinerstadt Anfang des neunzehnten Jahrhunderts, hat nach dem viel diskutierten Abschied vom Namen Rummel 1982 und dem



Mit Christoph Koehler ist die sechste Brauer-Generation bereits im Haus. Zusammen mit seinem Bruder gehört ihm die Kultmarke Grohe. Archivfotos: Guido Schiek, André Hirtz



beklatschten Start der Bügelverschlussflasche im Jahr 2000 damit die Basis für den aktuellen Erfolg gelegt.

Konkret lag der Ausstoß im vergangenen Jahr bei 67 000 Hektolitern; hinzu kommen rund 9000 Hektoliter im Lohnbrau sowie 18000 Hektoliter, die für andere abgefüllt werden.

Denn Bügelverschluss können nicht alle. Aufgrund der wachsenden Nachfrage hier eine weitere Schicht zu fahren, rechnet sich aber nicht, so Koehler. Der Umsatz inklusive Mieteinnahmen etwa vom Kinokomplex Cinemaxx stieg den Angaben zufolge um 4,5 Prozent auf 11,8 Millionen Euro. Und der Ertrag sei diesmal richtig gut, wie es hieß. Die Mitarbeiterzahl blieb stabil bei 49 Frauen und Männern (inklusive Minijobs

sind es etwa 80). Obwohl pro Jahr 25 Gaststätten hinzukommen, rund 500 beliefert werden, man mit einem Fassbier-Anteil von 24 Prozent über dem Bundeschnitt liegt und 2016 sogar 1,7 Prozent zugelegt hat, geht bei Koehler die Angst vor einem „Kneipensterben“ um. Grund ist die wachsende Zahl an Lieferdiensten à la Lieferando und Co. Denn dann bleiben die Menschen in den eigenen vier Wänden. Die 300000 Sixpacks, welche die Darmstädter Privat-

UNTER DAMPF

► **Wilhelm Rummel** gründete 1847 eine Gaststätte mit angeschlossener Brauerei. 1912 wurde in unmittelbarer Nähe der Darmstädter Hauptbahnhof errichtet. So fand die Lokomotive („Rummel-Lok“) ihren Weg ins Logo. Doch auch das ist seit 2014 und der Neupositionierung der Marke Vergangenheit. (apd)

brauerei 2016 verkauft hat, zeugen davon und von der steigenden Zahl an Singlehaushalten, wo ein normaler Kasten Bier meist zu viel ist.

Koehler, der in wenigen Tagen 65 Jahre alt wird, will bis 2019 mit an Bord seiner Traditionsbrauerei sein, wie er sagte. Dann sollte der Übergang zur nächsten Generation, der sechsten, vollzogen werden. Noch halten Sohn Wolfgang A. Koehler, Braumeister und Betriebswirt, der zum 1. März im Unternehmen anfängt, und sein Bruder Christoph, ebenfalls Betriebswirt, je 24 Prozent. Komplet in Händen der Söhne ist bereits die Darmstädter Kultbrauerei Grohe, deren Zahlen nicht konsolidiert werden. Dort gab es vergangenes Jahr ein traumhaftes Plus von 15 Prozent auf 11000 Hektoliter. Erstmals wurde die Grenze von einer Million Liter Bier überschritten. Diese authentisch-urige Braustätte mit Gastronomie sei bei einer Gesamtbetrachtung „die Sahne oben drauf“, heißt es. 1,5 Millionen Euro Umsatz werden mit fünf Beschäftigten erwirtschaftet.