



Presseclipping 2017



Darmstädter Echo, 12. Januar 2017



Helles sorgt für Lichtblicke

BRAUWIRTSCHAFT In Südhessen sinkt 2016 die Bierproduktion deutlich / „Preiskampf ist zurückgekehrt“

Das Bier-Reinheitsgebot hat sich bewährt, betont Wolfgang Koehler. Foto: Guido Schiek, bergmannFoto/ia

DARMSTADT. Im Jahr 2016 war Bier in aller Munde durch die Feiern zum ältesten Lebensmittelgesetz der Welt. Wir sprachen darüber und über die Branchenlage mit dem Vorsitzenden des Brauerbundes Hessen/Rheinland-Pfalz, Chef der Darmstädter Privatbrauerei, Wolfgang Koehler (64).

Herr Koehler, 2016 wurden 500 Jahre Reinheitsgebot gefeiert – Zeit Bilanz zu ziehen. Wie sieht die aus, was hat es gebracht?

Es hat sehr viel gebracht. Wir haben noch nie eine so große Presseresonanz gehabt. Live auf NTV zu sein, mit der Bundeskanzlerin das Jubiläum zu feiern, das war eine gute Sache. Die Meinungsforscher von Forsa haben uns zudem erneut bestätigt: 85 Prozent der Deutschen stehen nach wie vor zum Reinheitsgebot.

INTERVIEW

Gibt es erste Erkenntnisse, wie das vergangene Jahr für die Braubranche gelaufen ist?

Per Ende November haben wir 0,7 Prozent Plus gemacht. Man kann sagen, ein Glas Bier pro Verbraucher wurde mehr getrunken. Das ist ein ganz gutes Ergebnis auch angesichts des schlechten Wetters im Frühjahr. Der September hat etwas geholfen – die Fußball-EM dagegen nicht. Solche Sport-Großereignisse haben für uns ihren Stellenwert verloren.

Pro Kopf und Jahr – wo liegen die Bundesbürger beim Bierkonsum?

Wir liegen weiter bei 104 Litern (141 Liter waren es einmal, die Red.)

Und wie haben die südhessischen Brauer abgeschnitten?

Im Zollamtsbezirk Darmstadt gab es ein Minus von 5,5 Prozent, in Hessen wurde 2,8 Prozent weniger Bier gebraut und verkauft. Das ist immer der steuerpflichtige Inlandsabsatz, Erfolge im Ausland finden sich hier ebenso wenig wieder wie der Verkauf von Alkoholfreien, die weiter gefragt sind.

Welche Trends gab es sonst noch?

Es geht eindeutig Richtung Helles. Das macht im Moment Spaß. Deutschland war jahrzehntlang pilsgetrieben mit einem Anteil von über 70 Prozent. Nun finden die bayerischen Biere wie Tegernseer oder Augustiner, die sich toll verkaufen, viele Nachahmer. Sie treffen den Geschmack und vermitteln ein bestimmtes Lebensgefühl.

Helles hört sich ja auch anders an als Export, das Maurenbier.

Dieser Name ist verbrannt. Man hat erfolglos probiert, es Privat oder Meisterbier zu nennen. Helles und Alkoholfreies sind derzeit gefragt....

...letzteres auch wegen der politischen Angriffe?

Das positive Image von Bier ist schon erstaunlich angesichts der Kritik aus Sozialpolitik, von Arbeits- und Verkehrsrecht. Vielleicht auch, weil das Gms der Jugendlichen vernünftiger geworden ist beim

ZUR PERSON

► **Wolfgang Koehler** (64) ist Vorsitzender des Brauerbundes Hessen/Rheinland-Pfalz (Wiesbaden), der Brauereien mit neun Millionen Liter Jahresausstoß repräsentiert.

► Der Jurist, der die Darmstädter Privatbrauerei führt, sitzt zudem im Präsidium des Brauerbundes (Berlin). (apd)

Konsum. Oder weil die alkoholbedingten Unfälle noch nie so niedrig waren wie derzeit. Auch wenn man bei parlamentarischen Abenden etwa mit dem Grünen-Vorsitzenden Cem Özdemir zusammensteht ist die Resonanz gut: volkstümlich, nah am Bürger - und damit Wähler, heißt es dann.

Özdemir würde ja auch unglaublich, wenn er was gegen Gerstensaft hätte, bringt er doch gerne schnell mal seine Hanfpflanzen auf dem Balkon vor der TV-Kamera in Sicherheit...

Hopfen ist ja eine Hanfpflanze. Wir haben ihm mal einen Ersatz geschenkt. Er hat ja auch schon sein eigenes Bier gebraut: Özdebier, das auf dem Parteitag ausgetrunken wurde.

Stichwort Craft-Biere: Wie sieht es da aus?

Die Erwartungen an diesen aus den USA herübergeschwappten Trend spezieller handwerklicher Biere haben sich nicht erfüllt. Der Durchschnitts-Deutsche trinkt eben „sein“ Bier. Bei den jungen Leuten sieht das anders aus.

Nicht wegen des Bieres, sondern wegen der Typen, die dahinterstehen – Caragenbrauer. So wie die Weschnitztaler Braumanufaktur aus dem Odenwald.

Oder Gude und andere. Lassen da die Etablierten etwas liegen, eine Chance ungenutzt für eine junge Zweitmarke?

Das Regionale spielt eine Rolle – wie bei uns -, und Underdog-Auftreten. Diese Guerilla-Taktik (damit werden ungewöhnliche Vermarktungsaktionen bezeichnet, die mit geringem Mitteleinsatz viel Wirkung versprechen, die Red.) können größere Brauereien natürlich nicht fahren.

Trotz guter Zahlen, die alten Probleme sind ja noch da – auch das Bier als Lockvogel im Handel? Wie sieht es aus?

Ein Stück härter als vor einem Jahr. Die Preise sind noch verrückter geworden. Ich hatte den Eindruck „Geiz ist geil“ sei ein gutes Stück vorbei. In den vergangenen vier Monaten ist aber sowohl bei Regionalbrauereien als auch bei Fernsehbiere der Preiskampf wieder zurückgekehrt mit deutlich unter zehn Euro je Kasten – das Niveau wie bei der Euro-Umstellung im Jahr 2000. Das verstehe ich nicht, weil sich Bier unter Wert schlägt.

Was würde denn eine Preiserhöhung bedeuten?

Das ist noch lange keine Bremse für den Umsatz – auch wenn die Theorie anderes sagt. Starke Marken werden akzeptiert, wertige Lebensmittel generell.

Was erwarten Sie von 2017?

Es wird noch mal härter. Der Markt bleibt sehr umkämpft. Wir sehen das in der Gastronomie, wo Konzerne mit Geld um sich werfen und man sich Markt zukaufen.

Wie steht es um die Zahl der Brauereien auch in Hessen?

Die Zahl ist bundesweit 2016 von 1359 auf 1388 gestiegen. In Hessen gibt es 72 Brauereien. Nachdem Oetker die Traditionsreederei Hamburg Süd verkauft hat ist von vollen Kassen die Rede. Vielfach wird über die Bier-Holding Radeberger eine neue Shoppingtour erwartet. Das kann passieren.

Macht das auf dem deutschen Markt Sinn?

Wenn sie heute eine Brauerei übernehmen gibt es mehr Fragezeichen und Risiken als Chancen. Wie löchrig so manche Brauerei-Bilanz ist, sieht man oft erst später.

Und was ist mit dem Interesse ausländischer Bierriesen?

Die sind Umsatzrenditen von 40 Prozent gewohnt – hierzulande gibt es im Schnitt vielleicht drei Prozent.

Das Interview führte Achim Preu.



QR Code scannen und mehr Artikel zum Thema Reinheitsgebot lesen.

Darmstädter Echo, 26. Januar 2017

Babbel-Mission beim Grohe

DIALEKT Auszeichnung für Kult-Brauhaus
und das Braustüb'l am Hauptbahnhof

Von Frank Homeff

DARMSTADT. Fritz Ehmke hat eine Mission: Der 66 Jahre alte Modautaler möchte die südhessische Mundart in all ihren Facetten lebendig halten, auch in Darmstadt. „Mer muss sich uff sei Muddersprach' besinne un schwätze, wie ein' de Schnawel gewachse is“ sagt der Mann, der in seiner Odenwälder Tracht jetzt ins Darmstädter Kult-Brauhaus Grohe gekommen war, um seine Mission auch am Wöog zu erfüllen.

Nach der Comedy Hall in Besungen gab es nun auch für das Brauhaus ein Schild, das die Gaststätte als Ort ausweist, an dem Mundart gebabbelt wird.

Darmstädter Originale bestehen Test

Grohe-Chef Wolfgang Koehler, als neuer Heinerfest-Präsident zwar von Amts wegen ohnehin einer der Hüter Darmstädter Lebensart, hatte sich zur Schilder-Schrauberei Verstärkung mitgebracht, galt es doch, einen vom Mundart-Missionar aus dem Odenwald ausgeteilten Test zu bestehen.

Marga Hargefeld von der Hessischen Spielgemeinschaft war gekommen, das Bessunger Original Charly Landzettel, seit kurzem ECHO-Kolumnist, war dabei und auch Felix Hotz von der Comedy Hall, rühriger Motor rund um den Darmstädter Mundart-Preis „Spirwes“.

Sie bestanden Ehmkes Test mit Bravour, konnten erklären, was es heißt, wenn sich „de Heiner ach a astecks“ (Zigarette anzündet) oder dass der Heiner an sich überall „hie macht“: Manchmal nach Hause oder auch ins Bett.

„Wir freuen uns über die Auszeichnung“, strahlte Brauerei-Chef Wolfgang Koehler vor der Schilder-Montage, die er am Braustüb'l am Hauptbahnhof demnächst wiederholen wird, auch dort wird schließlich gebabbelt, sagt der Brauereichef, denn: „Sowohl Grohe als auch Braustüb'l gehören zu Darmstadt wie die Mundart!“.

„Darmstadt“ – da war es wieder, das verschluckte „r“ im Heinerdeusch.

Charly Landzettel konnte erklären, dass diese Besonderheit des Darmstädter Dialekts schwerwiegende Konsequenzen auch für den Darmstädter Oberbürgermeister hat: „Des is nei de Paatsch, des is de Paatsch“, erläuterte der Bessunger Dialekt-Virtuose. Wann und ob es am Darmstädter Rathaus überhaupt auch ein Mundart-Schild geben wird, ist noch unklar. Dass Darmstadts Oberbürgermeister gebürtiger Unterfranke ist, sei jedenfalls kein Hindernis – darin waren sich die versammelten Mundart-Matadore einig.

Die Mundartfreunde Südhessen bieten Infos zu ihren Aktionen im Internet unter www.gebabbel-suedhessen.de.



Beim Grohe wird Mundart gebabbelt. Fritz Ehmke (links) und Wolfgang Koehler montieren zum Beweils das Schild. Foto: André Hirtz



Darmstädter Echo, 28. Januar 2017

Darmstädter Erfolgsstory

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

Von Achim Freu

DARMSTADT. Die sogenannte Preiselastizität der Nachfrage versteht 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 riskolos 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 Hiltz

bekanntesten 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 18.000 Hektoliter, die für andere abgefüllt werden.

rechnen 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 Fasshief-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 300.000 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 anfing, 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 11.000 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.



Darmstädter Echo, 31. Januar 2017

„Keine Wagenburgmentalität“

WOLFGANG KOEHLER Der neue Heinerfest-Präsident wünscht sich trotz Sicherheitsanforderungen Ausgelassenheit / Heute wird er 65 Jahre alt



Wolfgang Koehler ist als neuer Präsident des Heinerfest-Vereins (VVO) ins Amt. Foto: Andreas G. G. Schäfer

Verkehr-Sektor

DARMSTADT. Seine Planung als Mitglied eines im öffentlichen Dienst... Wolfgang Koehler... 2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016...

Leben das Kälberchen sehen... Das beste Mal habe er zu se... 20. Geburtstag... 2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016...

schärfliche Interessen... schließt sich das... 20. Geburtstag... 2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016...

EHRENAMIT... Wolfgang Koehler... 2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016...

und keine... Das sei auch gar nicht... 2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016...

Ein Privatleben... Das ist... 2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016...

2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016...

Wir sind so gut... dass wir nichts anderes... 2016... 18. Dezember... Präsidenten... 2016...



Darmstädter Echo, 10. März 2017

— AUF EINEN BLICK —

Ehrung für Koehler

DARMSTADT (red). Der Familienunternehmer und Geschäftsführer der Darmstädter Privatbrauerei GmbH Wolfgang Koehler ist mit der goldenen Juniorennadel der Wirtschaftsjuvenen Deutschland ausgezeichnet worden. Die höchste Auszeichnung, welche der bundesweit größte Verband junger Unternehmer und Führungskräfte vergibt, erhielt Koehler für sein regionales wie überregionales ehrenamtliches Engagement. „Wolfgang Koehler war nicht nur in seiner aktiven Zeit als Mitglied besonders engagiert, sondern begleitet und unterstützt die Darmstädter Junioren bis heute als aktives Fördermitglied“, lobte ihn Andreas Schulte, Sprecher der Wirtschaftsjuvenen Darmstadt.



Darmstädter Echo, 20. April 2017

„Wir denken in Generationen“

DARMSTÄDTER PRIVATBRAUEREI Bei dem Unternehmen sitzt das Brüderpaar Christoph und Wolfgang Koehler ab 2019 alleine am Ruder

Von Tim Maurer

DARMSTADT: Familiengeführte Unternehmen in Deutschland stehen häufig vor einem Nachwachstumsproblem. Diese These untermauert jedenfalls eine Studie von KfW-Bank und Industrie- und Handelskammer (IHK), wonach bundesweit bei rund 630.000 mittelständischen Unternehmen in den kommenden drei Jahren die Nachfolge geregelt werden muss – lediglich 17 Prozent haben Gewissheit über die Zukunft.

„Das mit der Nachfolge in Familienbetrieben ist gar nicht so einfach“, weiß auch Wolfgang Koehler senior, Geschäftsführer der Darmstädter Privatbrauerei. Dabei muss er sich um sein 1847 gegründetes Unternehmen keine Sorgen machen. Durch die Söhne Christoph (52) und Wolfgang (50) ist die Nachfolge gesichert, wenn Wolfgang senior 2019 aus der Unternehmensführung ausscheidet.

Einige familiengeführte Privatbrauerei weit und breit

„Wir sind im weiten Umkreis die einzige Privatbrauerei, die noch in Familienbesitz ist und auch im operativen Geschäft familiär geführt wird“, betont der 65 Jahre alte Firmenchef. „Die Einheit aus Kapital und Füh-

rung sorgt dafür, dass das Risiko des täglichen Uns in der Familie liegt.“ Sämtliche Entscheidungen seien Logik aus Fremddritten – Rechenschaft müsse man nur sich selbst abliefern. „Wir denken deshalb nicht in Quartalen“, betont Koehler senior. „Wir denken in Generationen.“

Man müsse keine bestimmten Zahlen abliefern, weshalb es auch keine kurzfristige Gewinnorientierung gebe. „Unser Denken und Handeln ist langfristig angelegt“, so Koehler senior weiter. „Das beweist auch der Umstand, dass die Brauerei in den vergangenen 70 Jahren lediglich von zwei Personen – nämlich meinem Vater und mir – geführt wurde.“ Mit den Söhnen Christoph und Wolfgang sieht man die nächste Generation bereit.

Doch den traditionellen Familienbetrieb mistach in den Schoß der Söhne fallen lassen, das wollte der Jurist nicht. Deshalb machte er sich schon früh Gedanken über eine mögliche Nachfolge und erstellte eine Fa-



Zwei Generationen Koehler: Christoph, Wolfgang und Wolfgang senior (von links) leiten die Darmstädter Privatbrauerei. Foto: Carl-Herz Bild

milienverfassung. „Wir haben uns bereits vor neun Jahren zusammengesetzt, um frühzeitig die Interessen abzuklären“, erklärt Koehler senior. „Damals habe ich meinen Söhnen die

Nachfolge angeboten, die Bedingungen formuliert und festzulegen einverstanden waren, bis sie bereit dafür sind.“

Allerdings: „Ich wollte frühzeitig Bescheid wissen, wenn

sich die Interessen meiner Söhne letztlich in eine andere Richtung entwickelt hätten“, so der Geschäftsführer und Vater. „Dann hätte ich mir natürlich eine andere Lösung überlegen

DIE FAMILIENVERFASSUNG DER KOEHLERS

- Wieso sich Wolfgang Koehler senior 2019 aus der Geschäftsleitung zurückzieht, kann er das mit einem guten Gefühl machen – seine Nachfolge ist geregelt und sogar schriftlich fixiert.
- Damit es zwischen dem Brüderpaar keinen Streit über Zuständig-

keiten gibt, wurden alle wichtigen Punkte in der Familienverfassung festgehalten.

- Dort hatte Koehler auch weitere Voraussetzungen fixiert: Studien, einjährige Volontariats im Betrieb und Arbeitsfahrung in anderen Unternehmen. (28)

müssen und die Bräuerin hätte sicherlich ein anderes Schicksal gemessen.“ Doch so wen kann es glücklicherweise nicht.

Christoph Koehler ist bereits Vertriebsleiter

„Ich habe die Freiheit, wählen zu können“, sagt dazu Christoph Koehler. „Obwohl es natürlich eine Rolle gespielt hat, dass man sich der Tradition verpflichtet fühlt und sie auch aus Dankbarkeit zu bewahren möchte.“ Und so stieg er nach BWL-Studium und mehrjähriger Tätigkeit für Procter & Gamble vor zwei Jahren in den Familienbetrieb ein – seitdem verantwortet er den Bereich Vertrieb und Marketing.

Sein jüngerer Bruder Wolfgang ist ihm nun gefolgt. Auch er hat BWL studiert – nach der Universität aber die technische Richtung eingeschlagen. Sein einjähriges Zusatzstudium zum

Brau- und Malzmeister schloss Wolfgang Koehler als Rayens Jahresbesten ab. „Ich bin hier schon als kleiner Junge mit dem Hobbyjahr über den Hof gefahren“, erinnert er sich. „Die Bedeutung eines solchen Familienberufes ist mir aber erst im Studium so richtig bewusst geworden.“

Nun freut sich Wolfgang Koehler auf seine Verantwortungsbereiche: Verwaltung, Technik, Logistik und Personal. Probleme mit seinem Bruder fürchtet er nicht. „Es ist enorm, wie mein Vater die gesamte Verantwortung alleine auf seinen Schultern getragen hat“, sagt er. „Ich bin jedenfalls froh, jemandem neben mir zu haben.“

Bis 2019 werden die Brüder zudem von ihrem Vater unterstützt. Ob und wie gut der Senior danach loslassen kann, weiß er selbst noch nicht. „Wir werden es sehen.“



Dreimal Koehler: Wolfgang, Christoph und Vater Wolfgang (von links) Foto Wohlfahrt

„Darmstädter“ regelt Nachfolge

Koehlers Söhne sollen Privatbrauerei leiten

DARMSTADT. Der Stolz und die Genügsamkeit sind Wolfgang Koehler anzusehen. Der Leiter der Darmstädter Privatbrauerei nutzt den „Tag des Bieres“, um seine Botschaft unter die Leute zu bringen: Die Nachfolge in seinem Unternehmen ist geregelt, wenn der heute 65 Jahre alte Chef im Jahr 2019 in den Ruhestand wechselt. Von dem Prozedere ist Koehler so angetan, dass er die Regelung als „Blaupause“ empfiehlt. Immerhin suchten deutschlandweit 620 000 mittelständische Unternehmen einen Übergang auf die nächste Generation innerhalb der nächsten drei Jahre. Nur in 17 Prozent der Fälle sei dies geregelt.

Koehler gelang es, seine beiden Söhne Christoph und Wolfgang in die Geschäftsleitung zu holen. Vor fünf Jahren sei das noch nicht absehbar gewesen: Gestern berichtete er, wie er vor neun Jahren seinen beiden Söhnen sagte, er warte mit dem Ruhestand, bis sie in den Betrieb einträten. Doch wenn sie das nicht wollten, dann müssten sie das rechtzeitig sagen. Das hielt man damals in einer Familienverfassung fest.

Koehler legt großen Wert darauf, dass seine Familienbrauerei eines der wenigen Brauhäuser darstellt, die Familienbesitz und operatives Geschäft vereinen, also Kapital und Führung. Hier gebe es keine fremden Geschäftsführer von außen, die in Quartalen dächten und kurzfristig gewinnorientiert arbeiten müssten. In seiner Brauerei denke man in Generationen, hier könne man auch schneller reagieren und leichter auf Risiko gehen. Er erinnerte daran, dass schon zweimal ein Relaunch angestanden habe. So wurde aus dem Namen

„Rummel“ erst „Darmstädter“ und vor drei Jahren in einem großen Kraftakt „Braustüb'l“. 2016 produzierte die Darmstädter Brauerei mit 49 Mitarbeitern 67 000 Hektoliter Bier, 3,1 Prozent mehr als im Vorjahr.

Die Familienvereinbarung sah vor, dass die Söhne die Geschäfte weiterführen, sie ließ ihnen aber, da sie noch nicht wussten, wie sie sich beruflich und privat entwickeln, volle Entscheidungsfreiheit. Ein Nein wäre akzeptiert worden, sagte Koehler. Das bestätigten die Söhne – wenngleich sie auch von einem gewissen Druck berichteten. Beide studierten Betriebswirtschaft, sammelten Erfahrungen in anderen Unternehmen und volontierten im eigenen.

Der 32 Jahre alte Christoph trat vor zwei Jahren ins Unternehmen ein und ist aktuell für Marketing und Vertrieb zuständig. Nun kam auch der jüngere Bruder Wolfgang, 30 Jahre, in die Geschäftsleitung. Er hatte sich noch eine Zusatzausbildung als Brau- und Malzmeister zugelegt. Die Brüder werden sich die Aufgaben teilen: Der jüngere will sich um technische Abläufe kümmern und mit seinen Braukenntnissen der Bierherstellung widmen. Dem älteren liege vor allem der Kontakt zu den Kunden. Beide kündigten an, später risikofreudiger als der Vater zu sein. Der Senior – sein Vater leitete die 1847 gegründete Brauerei seit 1947, Wolfgang Koehler übernahm sie vor 30 Jahren – wird sich allmählich zurückziehen. Als neuer Präsident des Heinerfestes in Darmstadt, eines der deutschlandweit größten Innenstadtfeste, hat er jetzt ohnehin genug zu tun.

WERNER BREUNIG

Frankfurter
Allgemeine Zeitung,
20. April 2017

BENN, 28. April 2017

Darmstädter Privatbrauerei: Geglückte Unternehmensnachfolge

DARMSTADT (ce). Wenn Alleininhaber Wolfgang Koehler (65), wie er es plant, Mitte 2019 aus der Geschäftsführung der Darmstädter Privatbrauerei ausscheidet, kann er sicher sein, dass das 1847 gegründete Unternehmen im Sinne der Familientradition weitergeführt wird. Die nächste Generation steht bereits in den Startlöchern. Schon vor zehn Jahren hat der Unternehmer mit dem damals gerade erwachsen gewordenen Nachwuchs eine weitsichtige Familienverfassung aufgesetzt. Nach Sohn Christoph, der 2015 ins Unternehmen kam und dort für Marketing und Vertrieb zuständig ist, stieg nun auch der jüngere Bruder Wolfgang jr. in die Geschäftsleitung ein. Der 30-jährige studierte Betriebswirt mit Zusatzausbildung zum Brau- und Malzmeister unterstützt seinen Vater seit 1. März in der Verwaltung des Unternehmens.



Bild: Ralf Hellriegel

Positives Signal

Die Aussicht auf einen reibungslosen Generationenwechsel erfüllt Wolfgang Koehler mit Genugtuung. In einer Zeit, in der die Nachfolgeregelung immer schwieriger werde, weil Kinder und andere infrage kommende Verwandte die Geschäfte von Familienunternehmen nicht fortführen wollen oder können, werde in Darmstadt ein positives Signal gesetzt: „Wir gehen mit gutem Beispiel voran.“ Beiden Söhnen wird der Vater in den nächsten Monaten nach und nach Verantwortung übertragen. Erfahrung in der Leitung eines Unternehmens sammeln sie bereits im Schwesterunternehmen Brauerei Grohe, dessen Geschäftsführung ihnen Wolfgang Koehler zum 1. April gemeinschaftlich übertragen hat.

Blaupause für andere Familienunternehmen

In der Familienverfassung sieht Wolfgang Koehler ein Best-Practice-Modell, das auch anderen Familienunternehmen, die vor dem Generationenwechsel stehen, als Blaupause dienen könne. Die Vereinbarung sah vor, dass die Söhne die Geschäfte weiterführen; sie ließ ihnen, die zum damaligen Zeitpunkt noch nicht wissen konnten, wie sie sich beruflich und privat entwickeln würden, aber zugleich volle Entscheidungsfreiheit. Ein Nein wäre akzeptiert worden.

NACHFOLGE GEREGLT. Wenn Wolfgang Koehler senior (l.) Mitte 2019 aus der Geschäftsführung der Darmstädter Privatbrauerei ausscheidet, steht dem Generationenwechsel nichts mehr im Weg. Koehlers beide Söhne Christoph (Mitte) und Wolfgang werden dann das im Jahr 1847 gegründete Unternehmen vom Vater verantwortlich weiterführen. (Zum Bericht)

Zur Strategie gehörte, dass Christoph und Wolfgang jr. andere Unternehmen kennenlernen, in denen sie erste berufliche Erfahrungen sammelten. In der eigenen Firma ermöglichte ihnen eine Art Volontariat, sich mit den Betriebsabläufen zunächst unverbindlich vertraut zu machen und sich eine Meinung zu bilden. Dass beide Söhne schließlich aus Überzeugung „ja“ zur Nachfolge sagten, sieht der Vater als Beweis für die Tragfähigkeit des Darmstädter Modells. Die Tradition der Darmstädter Privatbrauerei ist jedenfalls über eine weitere Generation hinweg gesichert.

Denken in Generationen

Wenn Wolfgang Koehler über den besonderen Stellenwert von Familienunternehmen nachdenkt, sieht er in erster Linie die hohe Identifikation der Firmenleitung mit dem Betrieb. „Wir Privatunternehmer sind ja alle vom Gründungsmythos infiziert“, sagt der 65-jährige. Anders als in managementgeführten Betrieben wird in Familienunternehmen eben in Generationen gedacht. Oft müsse das Privatleben zurückstehen, „die Firma geht immer vor“. Und immer geht es auch ums eigene Geld – eine zusätzliche Herausforderung in einer tendenziell schrumpfenden Branche. Vor

diesem Hintergrund für die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens und das Wohl der oft langjährigen Mitarbeiter und ihrer Familien verantwortlich zu sein, bringe manche unruhige Nacht, sagt Koehler. Doch andererseits mag er einen großen Vorteil des Privatunternehmens nicht missen: die Gestaltungsfreiheit. Weder beim zweimaligen Relaunch der Marke – aus „Rummel“ wurde „Darmstädter“ und schließlich „Braustüb'l“ – noch bei der Einführung der Bügelflasche „musste ich jemanden fragen, das habe ich ganz alleine entschieden“, zieht Koehler unterm Strich eine positive Bilanz des freien Unternehmertums.

Direkter Draht zum Chef

Bringt ein Privatunternehmen den Kunden einen Mehrwert? Koehler beantwortet die Frage mit einem klaren Ja. Die Identifikation des Inhabers mit dem Betrieb führe zu einem hohen Qualitätsanspruch an das Produkt, für das der Unternehmer mit seinem guten Namen bürgt. Auch schätzen Kunden wie Lieferanten den persönlichen Kontakt zum Brauerei-Chef. Wolfgang Koehler nimmt die zahlreichen Einladungen zu Stadt- und Vereinsfesten nach Möglichkeit wahr; für gesellschaftliches und soziales Engagement hat er stets

ein offenes Ohr. Mit ihm verbindet sich unter anderem der Wettbewerb „Darmstädter Lokalpatriot“, der „bekenennenden Heiern“ öffentliche Anerkennung einbrachte. In diesem Sommer wird man Wolfgang Koehler erstmals in der Rolle des Heinerfestpräsidenten erleben. Geschäftlich profitiert er von seinem jüngsten Ehrenamt kaum; der Bierumsatz beim Heinerfest mache nicht einmal ein Prozent der Jahresproduktion des Unternehmens aus. Wichtiger ist es ihm, einmal mehr den Beweis für die Philosophie des Unternehmens anzutreten, die er in dem kurzen Satz zusammenfasst: „Wir leben für die Region.“

Vorhang auf, Ausgabe Mai 2017

Voller Einsatz zu dritt

Darmstädter Privatbrauerei setzt auf familiäre Kontinuität

Nachdem vor Jahren bereits Sohn Christoph in die Führung der Brauerei eingestiegen ist, kann Wolfgang Köhler senior nun auch das Dazustoßen von Sohn Wolfgang Köhler junior vermelden.



Ein tolles Beispiel dafür, dass es heute noch möglich ist, Unternehmen mit hoher unternehmerischer Verantwortung für die Mitarbeiter, als Familienunternehmen erfolgreich weiter zu führen. Wolfgang Köhler hat bereits vor zehn Jahren dafür gesorgt, dass dieser Weg mit langem Atem und ohne unnötige Ungeduld durchführbar wurde. Die Darmstädter Privatbrauerei steht seit vielen Jahren mit ihren Ideen dafür, dass selbst in schwierigen Zeiten Mut, Fleiß und Tatkraft letztendlich zum Erfolg führen.

www.unser-braustuebl.de

Darmstädter Echo, 18. Dezember 2017

Drei-Gänge-Menü für Obdachlose

BENEFIZ-ESSEN Das „Braustüb'l“ kocht für mehr als 200 Personen / Oberbürgermeister Partsch und Stadträtin Akdeniz kellnern

Von Petra Neumann-Prystaj

DARMSTADT. Eine ungewöhnliche „geschlossene Gesellschaft“ nahm am Sonntagmittag die Räume des „Braustüb'l“ am Hauptbahnhof in Beschlag. Wolfgang Koehler, Chef der Darmstädter Privatbrauerei GmbH, hatte zum dritten Mal seit 2015 über 200 besondere Gäste – alles Besucher sozialer Einrichtungen – zum „Adventsessen für Obdachlose“ eingeladen. Dabei wurde er wieder von freiwilligen Kellnern unterstützt, darunter Oberbürgermeister Jochen Partsch, Sozialdezernentin Barbara Akdeniz und Sozialpädagogin Nicole Frölich von der Fachberatungsstelle „Teestube“. Zusätzliche Verstärkung erhielten sie von Familienangehörigen Koehlers und des „Braustüb'l“-Wirts Thilo Hanke. Alle halfen mit, das Drei-Gänge-Menü zu servieren. Fünfzehn Kinder bekamen Sonderportionen.

Bei diesem weihnachtlichen Benefizessen gab es Kartoffelsuppe, Putenrollbraten mit Calvadossoße, Rotkraut mit Semmelknödeln und Schokoladenpudding mit Eis zum Nachtisch. Ein Bier pro Gast war vorgesehen, Limo und Wasser standen auf den Tischen. „Wir haben dazugelernt“, sagt Koeh-



Das „Braustüb'l“ lädt Bedürftige ein. Brauereichef Wolfgang Koehler (von links), OB Jochen Partsch, Nicole Frölich, Dennis Hausmann und Sozialdezernentin Barbara Akdeniz servieren. Foto: Andreas Kelm

ler und erwähnt, dass die Gängeküchen, die es bei der allerersten Veranstaltung gab, für einige Gäste wegen der Knochen problematisch waren. Und dass die Speckwürfelchen am Salat von manchen abgelehnt wurden, weil sie kein Schweinefleisch mögen.

Mit den geschenkten zwei Stunden Wohlfühlzeit wollten Koehler und sein Team den Besuchern von Teestube, neuer

Wohnraumhilfe, Bahnhofsmision, Darmstädter Tafel, Kontaktladen Scentral, „Horizont“ und Wohn- und Übernachtungsheim des Diakonischen Werkes ihre Wertschätzung bezeugen. Sie sollten spüren, dass sie in der Darmstädter Gesellschaft verankert sind, sagte der Gastgeber. Jochen Partsch, der vor seiner Wahl als Oberbürgermeister zehn Jahre bei der Landesarbeitsgemeinschaft für So-

ziale Brennpunkte Hessen gearbeitet hat, erklärte in seiner Ansprache, ihm sei bewusst, wie hart das Leben in einer eigentlich reichen Stadt wie Darmstadt sein könne. „Wir versuchen, Chancen und Unterstützung zu geben“, versicherte er. In der Kellnerrolle fühlte sich Partsch nicht unwohl, schließlich ist er in der elterlichen Gastwirtschaft groß geworden.

Einige Gäste, darunter „Stephie“ (48), hatten ihre Hunde mitgebracht. Sie besitzt zwei, die „Dicke“ und die „Kleine“, mit denen sie alles teilt. Seit zwei Jahren versucht sie, eine neue Wohnung zu finden, bekommt aber nur Absagen. Die „Kleine“ ist ihr Therapiehund. Er reagiert sofort, wenn er riecht, dass Frauchens Zucker Spiegel absinkt und sie ein Stück Traubenzucker zu sich nehmen muss. Stephie spart nicht mit Lob: „Hier schmeckt es immer lecker.“

Geschenktüten für alle Gäste

„Vadder“ (63), ihr Tischnachbar, kommt mit ihren Hunden gut klar. Er hat lange im Zirkus mit Pferden und Hunden gearbeitet und ist seit sieben Jahren obdachlos. Sein Hund „Rocky“ sei stadtbekannt gewesen, erzählt er. Leider sei er überfahren worden.

Beim Hinausgehen erhielten die Braustüb'l-Gäste Geschenktüten mit praktischen Utensilien. Einige Hundebesitzer begaben sich gleich weiter zum Europaplatz, wo Maren Schneider mit ihrem Team Hunde- und Katzenfutter sowie Leinen, Geschirre und Verbandszeug verteilte.

BENN, Ausgabe 23, Dezember 2017

Darmstädter Privatbrauerei lädt zum Adventsessen für Obdachlose

DARMSTADT (rh). Die ehrliche Freundschaft und die treue Verbundenheit mit der Region liegt der Darmstädter Privatbrauerei GmbH bekanntermaßen schon immer sehr am Herzen.

Und dass diesen Aussagen auch Taten folgen, bewiesen die Geschäftsführer Wolfgang Koehler und seine beiden Söhne Wolfgang und Christoph am 3. Adventssonntag im Braustüb'l.

Bereits zum dritten Mal seit 2015 luden sie Obdachlose und sozial benachteiligte Menschen aus der Stadt zu einem vorweihnachtlichen Festessen ein.

Braustüb'l-Wirt Thilo Hanke und sein Küchenteam zauberten an ihrem eigentlich freien Sonntag ein Drei-Gänge-Menü für die rund 200 Gäste, das anschließend von prominenten Kellnern serviert wurde.

Keine Geringeren als Darmstadts Oberbürgermeister Jochen Partsch, Sozialdezernentin Barbara Akdeniz, Sozialpädagogin Nicole Frölich von der „Teestube“, Heinerfest-Festwirt Dennis Hausmann und der Brauereichef himself mit Familie kredenzt

Kartoffelsuppe, Putenrollbraten mit Rotkraut und Semmelknödeln sowie leckeres Eis zum Dessert. Auch ein Bier gab es pro Gast; Wasser und



Wie hart das Leben in einer eigentlich „reichen“ Stadt wie Darmstadt sein kann, dessen sei er sich sehr bewusst, sagte der Oberbürgermeister in seiner Begrüßungsansprache.

Partsch versicherte aber, dass

den am Rande stehenden Menschen Unterstützung und Hilfe zu leisten. Wofür er Applaus von den Anwesenden erhielt. Auch Wolfgang Koehler sen. versicherte seinen Gästen, dass ihm und seiner Familie das Miteinander aller Schichten am Herzen liege und es ihnen ein Bedürfnis sei, sozial Benachteiligten diesen

feierlichen Rahmen mit einem guten Essen zu bieten. Zum Abschluss der Veranstaltung erhielten alle Eingeladenen eine weihnachtliche Geschenktüte mit allerlei praktischen Utensilien mit auf den Nachhauseweg.

feierlichen Rahmen mit einem guten Essen zu bieten. Zum Abschluss der Veranstaltung erhielten alle Eingeladenen eine weihnachtliche Geschenktüte mit allerlei praktischen Utensilien mit auf den Nachhauseweg.

 Garten- und Landschaftsbau