



Gläser, Hopfen und Gerstenmalz: Die Darmstädter Privatbrauerei konnte 2023 dem Bundestrend trotzen. Foto: Sascha Lotz

Von André Heuwinkel

**SÜDHESSEN.** Ums kühle Blonde steht es nicht allzu gut. Jedenfalls aus Branchensicht: Seit Jahren üben sich die Verbraucher in Zurückhaltung, pro Kopf gingen im vergangenen Jahr 88 Liter des Gerstensaftes durch bundesdeutsche Kehlen und in Südhessen – eine gewisse Affinität zum Wein ist der Region eigen – haben es die Bierproduzenten traditionell etwas schwieriger als etwa in den bajuwarischen Hochburgen.

Doch es gibt einige Unternehmen, die der Marktentwicklung aktuell trotzen: Die Darmstädter Privatbrauerei mit ihren Kernmarken Braustüb'l und Grohe zählt dazu. Zum „Tag des Bieres“ (23. April) hat das Geschäftsführer-Duo Christoph und Wolfgang Koehler junior die Zahlen der Brauwirtschaft rekapituliert – und erklärt, warum das vermeintliche Relikt Dose in den südhessischen Märkten nicht wegzudenken ist.

### Pfungstädter-Aus in Darmstadt deutlich spürbar

Doch zunächst waren die Nachrichten aus Berlin vor einem Vierteljahr alles andere als rosig: Der in der Bundeshauptstadt ansässige Deutsche Brauer-Bund mahnte einen „hohen Kostendruck“ an, der die Brauereien belastete. Verbandschef Holger Eichele wählte eine besonders drastische Rhetorik und sprach in Anbetracht von einem Absatzrückgang von 4,5 Prozent (Malztrunk und alkoholfreie Biere nicht eingerechnet) von einem „rabenschwarzen Jahr“; Koehler, in diesem Fall Christoph, bewertet 2023 als „schlechtes Jahr“, von dem sich die Privatbrauerei aber etwas freischwimmen konnte: Um fünf Prozent konnten die Darmstädter zulegen. Alkoholfreies ist hierbei zwar inbegriffen, jedoch ist sein Marktanteil zu gering, um den Positivtrend zu widerlegen. Wie gelang dies?

Unzweifelhaft spielten die Geschehnisse im benachbarten Pfungstadt eine gewicht-

# Biermarkt ist hart umkämpft

Der Konsum in Deutschland sinkt, doch Häuser in Südhessen wie die Privatbrauerei Darmstadt trotzen dem Trend

ge Rolle: Die dortige Pfungstädter Brauerei hatte wegen einer Wohnsiedlung an ihrem Standort keine Zukunft mehr, seit einem Jahr wird das Bier im unterfränkischen Großostheim in der Familienbrauerei Eder & Heylands hergestellt. Das Lagerzentrum steht nun in Bensheim. Von den Bewegungen auf dem südhessischen Markt profitiert also die Darmstädter Privatbrauerei, wobei sich in die Bilanz der Köhlers Wehmut mischt: Pfungstädter sei zwar ein Mitbewerber, das Standort-Aus aber ein klarer Traditionsverlust gewesen. „Damit haben wir einen ganz großen Akteur verloren“, bedauert Christoph Koehler.

Zudem ist die Branche hessenweit inzwischen sehr konzentriert: Allzu viele Hersteller, die über Hausbrauerei-Größe eindeutig hinausgingen, gebe es nicht mehr, sagt Wolfgang Koehler junior. Licher gehört inzwischen zur Bitburger Braugruppe, seit verganginem Jahr füllt Binding in Franken ab. Die Mossautaler Privatbrauerei Schmucker ist dagegen schon seit 18 Jahren Teil der Paulaner-Gruppe und einer der wenigen Hersteller, der ebenfalls dem Trend widerstrebt: Die Nachfrage nach dem „Meister-Pils“ sorgte bei den Odenwäldern zuletzt für Wachstums-Freude.

Bemerkenswert, zumal viele Kundinnen und Kunden inzwischen weniger herbe, sondern mit dem „Hellen“ eindeutig süffigere Sorten bevorzugen, wie das Marktforschungsunternehmen Nielsen ausgewertet hat. Auch ist der „Craft-Beer-Boom“ gestoppt. Die Anzahl an sogenannten Mikrobrauereien war in den vergangenen beiden Jahren

leicht rückläufig, wengleich es mit den „Braubeutern“ (Lampertheim) oder „Fäselbrau“ (Mörfelden-Walldorf) noch Handbrauer gibt. Allerdings ist es hart, sich zu behaupten, wie das Aus für „Südwestbier“ aus Griesheim offenbarte.

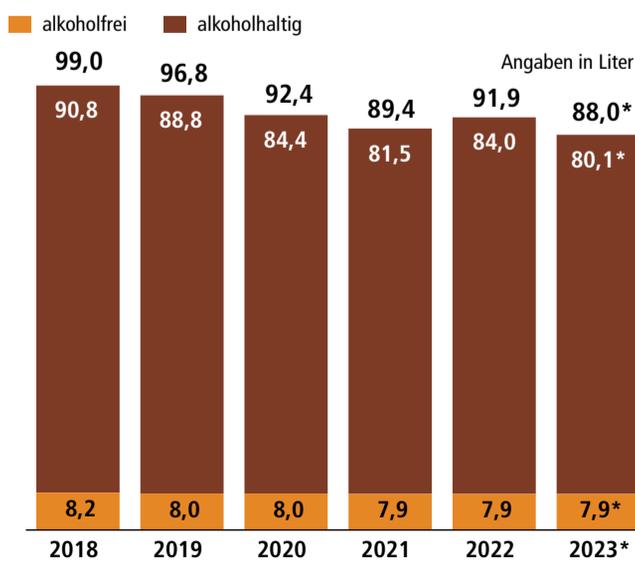
Für die Köhlers sind drei Faktoren wichtig, um am Markt bestehen zu können: Regionalität, Innovation und die Erweiterung des Produktportfolios, auch in Bezug zur Hülle. Obwohl dem Dosenbier lange der Ruf der Umweltsünde anhaftete, scheint sich das Image inzwischen gewandelt zu haben. Grund seien laut Wolfgang Koehler junior die „unzähligen Individualflaschen“ der Hersteller, die einen enormen Logistikaufwand bedeuteten. „Das ist ökologisch Unsinn!“, und qualitativ sei Dosenbier (weil lichtgeschützt) nicht schlechter.

Seit gut einem halben Jahr

„  
Das Ausgehverhalten hat sich brutal verändert.“

Christoph Koehler, Co-Geschäftsführer, Darmstädter Privatbrauerei

### Entwicklung des Pro-Kopf-Bierkonsums in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt/Deutscher Brauer-Bund, Grafik: VRM/kl

gebe es Braustüb'l Pils und Helles ebenso im Blech, andere Beispiele zeigten, dass die Dose („16er Blech“ für das Wiener Ottakringer) durchaus identitätsstiftend sein kann. Zu den größeren Erneuerungen in der Darmstädter Brauerei zählten unter anderem die Abfüll- und Kälteanlage, was eine Ersparnis von 9 Millionen Liter Wasser und 870.000 Kilowattstunden an Strom und Gas einbringe, rechnet Wolfgang Koehler junior vor.

Die beiden Geschäftsführer haben weitere Marktbeobachtungen gemacht: In Relation zum Gesamtabsatz nimmt Alkoholfreies zwar zu (9 Prozent Marktanteil), aber nicht in absoluten Zahlen. Seit Jahren bewegen sich die 7,9 Liter pro Jahr und Kopf nicht vom Fleck. Anders bei der Privatbrauerei: Binnen einer Dekade hat das Familienunternehmen seinen Alkoholfrei-Absatz verdoppelt.

### Fußball-EM könnte positiven Effekt haben

Und: „Das Ausgehverhalten hat sich brutal verändert.“ Durchhalten bis zum Thekenschluss sei heute nicht mehr üblich. „Die Leute verabreden sich um 17, 18 Uhr zum Essen, trinken dann etwas und gehen punktgenau wieder“, schildert Christoph Koehler. Allgemein seien Brauhäuser (hier gibt es in Südhessen mit Grohe, Ratskeller oder Drayß mehrere prominente Beispiele) mit ihrem Konzept gefragt.

Was bleibt also perspektivisch? Was die großen Marktbewegungen angeht, glaubt auch der Brauer-Dachverband, dass Alkoholfreies weitere Marktanteile erobern wird. „Wir rechnen damit, dass bald jedes zehnte in Deutschland gebraute Bier alkoholfrei sein wird“, prognostiziert Verbandschef Eichele. Letztlich aber gibt es Faktoren, die kein Marktteilnehmer beeinflussen kann, Stichwort Fußball-Europameisterschaft 2024 (Heim-EM). „Wenn die deutsche Mannschaft weit kommt, wird das einen kleinen positiven Effekt haben“, schätzen die Köhlers.