

Braustüb'l nimmt großen Schluck

Darmstädter Privatbrauerei wächst / Chefwechsel 2019 / Kultmarke Grohe mit zweistelligem Plus

Von Achim Preu

DARMSTADT. Die Tage zähle er nicht. Auch Rentnerstress komme nicht auf. Wolfgang Koehler sen., der am 31. Januar 67 Jahre alt wird, übergibt wie geplant 2019 die Geschäfte bei der Darmstädter Privatbrauerei an seine Söhne Wolfgang und Christoph. Da beide im kommenden Jahr heiraten, wird es aber wohl Ende September, bis es dann soweit ist und der Nachwuchs zu je 50 Prozent die Verantwortung übernimmt. Bei der Kultbrauerei Grohe, die nicht konsolidiert wird, haben sie schon das Sagen.

Der Seniorchef, aktueller Heinerfest-Präsident, steht bis 2020 dem Brauerbund Hessen/Mittelrhein vor, sitzt zudem im Vorstand des Deutschen Brauerbundes. Und das Firmenjubiläum – 2022 wird die Privatbrauerei 175 Jahre alt – erfordert Vorarbeit, sagt er. Etwa für eine Festschrift.

Zuwächse auch in der Gastronomie

Die gute Grundstimmung am Markt und der Spitzensommer haben auch Darmstädter im zu Ende gehenden Jahr mit ihrem Erfolgslabel „Braustüb'l“ geholfen. Über alle Sorten und Vertriebskanäle hat man zugelegt. Durch 580 (550) Gastronomieobjekte gab es beim Fassbier (Anteil am Gesamtausstoß ein Viertel) ein Plus von 3,3 Prozent. Und Festivals wie Trebur Open Air, das Seebeben oder Traffic Jam haben den Angaben zufolge Imagegewinn und Akzeptanz gebracht – eine Entlastung an-

gesichts des Margendrucks im Lebensmitteleinzelhandel.

Das hilft dann auch, sich preislich ohne Abschmelzverluste höher zu positionieren. Konkret geplant sei hier derzeit nichts.

Der Ausstoß stieg 2018 um 3,7 Prozent auf 69 000 Hektoliter, wobei der Umsatz bei 11,5 (11,8) Millionen Euro lag inklusive Mieteinnahmen vom Kinokomplex Cinemaxx. Beim Ertrag lag man den Angaben zufolge „deutlich“ über der schwarzen Null. Beschäftigt werden 51 (50) Mitarbeiter plus drei Auszubildende. Das Lohnbrau-Volumen ging 2018 dagegen deutlich auf 9500 (15 000) Hekto zurück, die Abfüllung in Bügelverschlussflaschen für Dritte leicht auf 22 000 Hektoliter. Die Rundenerneuerung des Flaschenkellers für 3,5 Millionen wird Ende 2019 wohl gestartet. Konsequenzen aus dem Leergut-Engpass während des heißen Sommers hat man gezogen. In 20 000 neue Kästen und Flaschen werden deshalb 175 000 Euro investiert.

Bei der Bier-Legende, dem Brauhaus Grohe mit fünf Beschäftigten und zwei Azubis, ging es 2018 weiter steil nach oben: plus elf Prozent auf rund 14 000 Hektoliter. Die Fangemeinde für den Heinerstoff wächst also weiter und lässt Kastenpreise von rund 16 Euro zu, was sich trefflich ins Umfeld von Tegernseer und Co. einreicht. Diese Darmstädter Gerstensaft-Institution in Händen der sechsten Generation setzt im laufenden Jahr 1,8 (1,6) Millionen um. Investiert wurden 300 000 Euro unter anderem in neue Tanks.



Gut zu tun hat man bei der Darmstädter Privatbrauerei. Sowohl Braustüb'l als auch das Kultbier Grohe legten im Geschäftsjahr 2018 deutlich zu.

Foto: Andreas Kelm