

# Brauers Wunsch: 25 Grad, leicht bewölkt

Die Hoffnungen 2020 ruhen auf den Faktoren Wetter und Fußball / Alkoholfreie Biere verlieren an Schwung, Helles ist weiter der Renner

**DARMSTADT.** Wolfgang Koehler (67) sitzt als Chef des Brauerbundes Hessen/Rheinland-Pfalz (Wiesbaden) auch im Präsidium des Deutschen Brauerbundes. Bei seiner Darmstädter Privatbrauerei hat er das Operative an die beiden Söhne abgegeben. Wir sprachen mit ihm über 2019, über Trends und die Preispolitik in der Branche.

## INTERVIEW

**Herr Köhler, wie hat Ihnen denn 2019 gemundet?**

2018 war durch den Rekordsommer besser. Dass 2019 schwächer ausfallen wird, war nach dem klimatischen Ausnahmejahr zu erwarten. Dennoch fragen jetzt alle: wo sind denn die Hektoliter geblieben? Das führt freilich nicht zu einer Krise in der Brauwirtschaft – wir sind nur wieder da, wo wir davor waren.

**Wie stark ist denn der Rückgang?**

Beinahe zwei Millionen Hektoliter fehlen in Deutschland, belastbare Zahlen für Hessen und Rheinland-Pfalz gibt es nicht wirklich. Der Rückgang um 2,3 Prozent bundesweit nach den bisherigen Zahlen ist nicht schön, aber wir bewegen uns ja noch immer bei rund 100 Litern pro Kopf und Jahr (102 waren es 2018, insgesamt wurden 94 Millionen Hektoliter gebraut, die Red.).



Wolfgang Koehler, Chef des Brauerbundes Hessen/Rheinland-Pfalz, ist mit 2019 nicht unzufrieden. Fotos: dpa, Andreas Kelm

**... und die Verluste sind auch nicht bei den Alkoholfreien zurückgeholt worden, die ja nicht in der Biersteuerstatistik auftauchen?**

Nein, denn der Wachstumstrend hat sich etwas abgeschwächt. Eine Randerscheinung ist alkoholfreies Bier für

Sportler und Autofahrer aber hierzulande längst nicht mehr. Ich schätze das Segment auf sieben Millionen Hektoliter.

**Gab es bei den Sorten größere Verschiebungen?**

Nach wie vor leidet Weizenbier, bei dem 30 Jahre lang die Nachfrage nur gestiegen ist. Und das trotz der Tatsache, dass diese Spezialität keine rein bayerische Veranstaltung mehr ist.

**Aber sollten nicht gerade Spezialitäten der Branche helfen?**

Dem ist so, doch auch beim Altbier schäumt das Geschäft nicht mehr. Und auch einige Kölschbier-Brauereien haben zugemacht. Das ist schon merkwürdig. Sogar Pils als Hauptbiermarke steht unter

Druck. Da werden 75 Prozent über Preisaktionen verkauft.

**Und wo sind die Gewinner?**

Der ganz große Trend ist nach wie vor Helles – und naturtrübe Biere.

**Was ist mit den Craftbieren, ist der Hype schon vorbei?**

Da tut sich nicht viel. Obwohl die Stimmung der Community toll ist wie zuletzt auf einer Craftbier-Messe in Mainz zu spüren. Denn der Zuspruch der Freaks ist groß. Aber nach wie vor fehlt die auskömmliche Menge.

**Das Dauer-Credo Marge vor Menge wird immer wieder gebrochen. Manche Brauereien erhöhen die Preise, andere nehmen die Erhöhung zurück, gleichzei-**

**tig verliert Oettinger als Bier-Aldi massiv. Wo geht es denn nun eigentlich hin?**

Geiz ist geil schwächt sich etwas ab. Man versucht dennoch, seine Lieblingsmarken zum möglichst günstigen Preis zu bekommen. Das ist normal. Aber der Verbraucher weicht nicht auf No Names oder weiße Marken aus. Bei Oettinger kommt vielleicht hinzu, dass sogar Discounter auf starke Marken setzen, auch beim Bier.

**Welche Rolle spielt denn die Marktmacht des Lebensmittel-Einzelhandels?**

Wenn dort im Millionenbereich Dosen verkauft werden, die Dose im Preisfokus steht, dann haben es Brauriesen schwer. Starke regionale Marken mit Glas-Mehrweg haben

da inzwischen offenbar bessere Karten. Die preisliche Gesamtlage ist jedoch diffus.

**Die einstige Angst des Mittelstandes vor Fernsehbiere ist also einer neuen Denke gewichen?**

Regionale Marken sind im Kommen. Der Lebensmittel-einzelhandel hat das erkannt. Das hilft den kleineren Brauhäusern, reicht aber nicht. Wenn man beispielsweise auf junge Leute zugehen will, dann muss man zu Musikfestivals. Oft gibt die persönliche Betreuung den Ausschlag zu Ungunsten von Konzernen. („Darmstädter“ hat gerade einen Fünfjahresvertrag mit der Jahrhunderthalle Frankfurt abgeschlossen, die Red.)

**Mindert derlei den Schmerz, dass es in der Gastronomie weiter nicht gut aussieht?**

Dort sieht es tatsächlich nicht gut aus. Es gibt aber auch oft keine Impulse der Betreiber. Es fehlen solche, die mit Lust und hochmotiviert bei der Sache sind – wobei es natürlich Ausnahmen gibt.

**Und wie wird 2020? Hoffen auf besseres Wetter und die Fußball-Europameisterschaft?**

Fußball ist nicht mehr der Riesenbringer. Unter dem Strich freilich kommt ein bisschen was dazu. Das Wetter muss natürlich mitspielen, aber nicht zu heiß sein mit Temperaturen Ende der 30 Grad. Da trinkt keiner mehr Bier. 25 Grad, leicht bewölkt, das ist optimal. Natürlich nicht zu Weihnachten (lacht).

Das Interview führte Achim Preu.