

Braustüb'l bleibt beliebt

Darmstädter Privatbrauerei trotz dem Markt /
Frankfurter Jahrhunderthalle als neuer Partner

Von Anja Ingelmann

DARMSTADT. Über Bier wird derzeit in Südhessen viel gesprochen. Bei der Pfungstädter Brauerei soll in den kommenden Wochen der Kaufvertrag mit einem Investor unterschrieben werden, um in ein paar Jahren vom modernen Neubau aus den Weltmarkt zu erobern – wenn es denn dazu kommt. Die Darmstädter Privatbrauerei setzt auf ein anderes Konzept. Mit 50 Mitarbeitern konzentriert sich die Familienbrauerei auf den Absatz in Darmstadt und Südhessen – und das in sechster Generation. Wolfgang Koehler (67) hat die Geschäfte 2019 an die Söhne übertragen, Wolfgang Koehler junior (33) verantwortet seitdem Verwaltung und Technik, Christoph Koehler (34) Marketing und Vertrieb. „Wir sind kein anonymer Konzern, sondern ein lokaler Mittelständler mit Gesicht“, heißt es.

Die Tradition setzt sich fort, auch mit stabilen Absatzzahlen. Bundesweit ist der Markt 2019 wieder geschrumpft, diesmal um mehr als 2 Millionen Hektoliter. Die Darmstädter Privatbrauerei bleibt mit der Marke Braustüb'l und einem Ausstoß von 69000 Hektolitern auf Vorjahresniveau, der Umsatz liegt wieder bei 11,5 Millionen Euro, wobei die letzten Tage des Jahres noch nicht mitgezählt sind. Das Lohnbrauvolumen blieb mit rund 10000 Hektolitern stabil, annähernd auch die Abfüllung für andere Unternehmen in Bügelverschlussflaschen mit 20000 (22000) Hektolitern.

Das Wirtshaussterben, das den Kollegen aus Pfungstadt so zusetzt, spürt auch die Darmstädter Privatbrauerei. Etwa 450

Gasthäuser beliefert man aktuell, „aber viele stellen fest, dass Montag und Dienstag nicht mehr viel bringt. Deshalb öffnen sie nur noch drei, vier Tage die Woche“, sagt Koehler senior. Eine erfreuliche Entwicklung beobachtet man dagegen bei Festen: Auf Festivals wie Trebur Open Air und dem Traffic Jam in Dieburg wurde auch 2019 Braustüb'l getrunken. Neu dazu kamen in Frankfurt das siebentägige Grüne Soße Festival und das Schweizer Straßenfest. In die Kategorie reiht sich eine neue Partnerschaft mit der Frankfurter Jahrhunderthalle ein: Seit Dezember ist Braustüb'l exklusiver Bierlieferant des Kultur- und Kongresszentrums. Bei rund 300 Veranstaltungen und einer Million Besucher pro Jahr erwartet die Brauerei hier einen Absatz von 500 bis 600 Hektolitern.

Grohe wächst erneut zweistellig

Die Nummer eins bei den Sorten ist immer noch Pils, Helles zieht weiter an. Beim Weißbier sei jedoch eine Sättigung erreicht, die auch die Großen wie Erdinger spürten, so Koehler. Anders beim Darmstädter Kultbier aus dem Brauhaus Grohe: Der Aufwärtstrend setzte sich 2019 fort, mit knapp 16000 (14000) Hektolitern erwirtschaftete der Fünf-Mann-Betrieb 2 Millionen Euro Umsatz.

Weitere Investitionen stehen an, nach der Anschaffung von Holzfässern für Bier-Spezialitäten bei Grohe – darin reifte früher Hochprozentiges wie Grand Marnier oder Whisky – soll ab 2021 der Flaschenkeller erneuert werden.



Mit den Marken Grohe Bier und Braustüb'l ist die Darmstädter Privatbrauerei gut im Rennen. Die sechste Generation hat das Ruder übernommen und steuert neue Ideen bei. Foto: Guido Schiek