

# BIER

REPORT

## Anstoß

Heim-EM mit  
Sonderaktionen der  
Brauer und Grillrezepten  
für Fußball-Abende

## Alkoholfrei

Größere Vielfalt  
und mehr Geschmack  
bei den Durstlöschern

## Ausflüge

Biererlebnisse in  
Nordrhein-Westfalen  
und Oberfranken



**2 Anstoß**

Von Sponsoring, Sondereditionen und Gewinnspielen

**4 Alkoholfreies**

Laut neuer Studie ist promillefreies Bier ein idealer Durstlöscher

**5 Absatz**

Die grafische Übersicht: Welches Bier gehört zu welcher Brauerei?

**6 Anwendungen**

Mit KI-Lösungen zu mehr Nachhaltigkeit und Effizienz

**7 Ausflüge**

Bier-Erlebnisse in Nordrhein-Westfalen und Oberfranken

welt.de/bierreport

## Liebe Bierfreundinnen, liebe Bierfreunde,

auch die deutschen Brauer freuen sich auf die Fußball-EM der Männer, ja mehr noch: Sie setzen große Hoffnungen auf die Euro 2024 im eigenen Land und wünschen sich ein zweites Sommermärchen. Eine Heim-EM, die Emotionen und Euphorie auslöst, wäre optimal auch für den Bierkonsum. Ob im Stadion, beim Public Viewing, im Garten bei Freunden oder Zu Hause auf der Couch – wo gemeinsam gehofft, gebangt und gefeiert wird, wird auch gern getrunken. Neben dem klassischen Pils wahlweise auch alkoholfreie Sorten, 0,0%-Varianten von mild bis herb oder auch Radler in vielen Geschmacksrichtungen.

Laut Holger Eichele, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Brauer-Bundes, sei 2023 bislang für die Brauer ein „raben-schwarzes Jahr“ gewesen. Der Bierabsatz ist gegenüber 2022 um 4,5 Prozent gesunken, der Pro-Kopf-Verbrauch von Bier liegt bei 88 Litern (2022: 91 Liter). Auch nach Corona und Energiekrise mache sich die Konsumzurückhaltung der Verbraucher bemerkbar, setze die Inflation Betriebe und Verbraucher weiter unter Druck, so Eichele. Positive Impulse von der EM könne man gut gebrauchen.

Viel Spaß beim Lesen des

49. Bier-Reports!

Ihr Bier-Report-Team

**IMPRESSUM**

Eine Veröffentlichung des WELT Editorial Studios für WELT AM SONNTAG

**Redaktionsleitung**

Matthias Leonhard (V.i.S.d.P.)

**Redaktion** Carola V. Pompetzki

**Creative Direction** Sylvio Murer

**Titelfoto** ©iStockphoto.com/Anton Vierietin

**Anzeigen** Judith Umlauf

**Verlag und Druck** Axel Springer SE

Axel-Springer-Straße 65, 10888 Berlin

**Herstellung** Gabriela Wodtke

**Redaktionsschluss** 04.06.2024

**Erscheinungstag** 10.06.2024

bierreport@welt.de

# Anstoßen auf jedes Tor

Große Emotionen auf dem Spielfeld übertragen sich auch auf die Biermarken in den Fanzonen. Das lässt die Brauer auf einen hohen Absatz hoffen

**B**ier und Fußball gehören einfach zusammen – ob bei den Kreisliga-Spielen, der Bundesliga oder wie in diesem Jahr bei der Europameisterschaft“, bringt es Uwe Albershardt auf den Punkt. Gerade die Heim-EM löse noch mal eine besondere Euphorie in der Bevölkerung aus, sagt der Geschäftsführer Vertrieb der Haus Cramer Gruppe. Doch wie ist es eigentlich zu erklären, dass sich diese Begeisterung für das runde Leder auch in Litern und Hektolitern Bier niederschlägt? „Von keiner anderen Sportart lassen sich die Menschen in Deutschland derart mitreißen wie vom Fußball“, erklärt Ulrich Biene, der die Öffentlichkeitsarbeit der Brauerei Veltins verantwortet. Der Fußball erfahre enorme Wertschätzung, sei fest in den gesellschaftlichen Strukturen unseres Landes verankert. „Da findet Begegnung statt, da feiern Menschen in den Stadien und am Spielfeldrand – und möchten mit einem Bier idealerweise auf die Siege ihrer Mannschaft anstoßen“, sagt Biene.

Dass es um große Emotionen geht, sieht man bei der Bitburger Braugruppe ähnlich, die exklusiver nationaler Bierpartner der Uefa Euro 2024 ist. „Die Europameisterschaft im eigenen Land ist ein ganz besonderes Event und Großereignis, zu dem die Uefa mehr als zehn Millionen Gäste aus aller Welt erwartet. Diese Gelegenheit wollen wir für uns nutzen, um die Marke Bitburger noch stärker emotional aufzuladen“, erklärt Sebastian Holtz, Bitburger-Geschäftsführer Vertrieb und Marketing. Bitburger ist in allen Stadien und offiziellen Fanzonen sowie bei Public-Viewing-Veranstaltungen präsent – alles in allem auf rund 90 Großflächen. Außerdem hat Bitburger ein EM-Gewinnspiel aufgelegt – mit Erlebnisreisen zum Finale und über 2500 Tickets für alle Spiele – sowie eine limitierte Sonderedition der 0,5-Liter-Dose und der 5-Liter-Fassdose.

Die Haus Cramer Gruppe setzt mit dem „Warsteiner Torminuten-Tipp“ ebenfalls auf EM-affine Kundschaft. „Die Mechanik dahinter ist ganz einfach“, erläutert Uwe Albershardt, „Kasten Warsteiner kaufen, Kassenbon hochladen und tippen, in welcher Minute das erste Tor bei der gewünschten Partie fällt. Beim richtigen Tipp winken am Ende 5000 Euro.“ Tippen mehrere Fans auf dieselbe Minute, müssen sie sich den Gewinn teilen. Die Unterstützung

**EM-EDITION**

Die limitierte 0,5-Liter-Dose vom nationalen EM-Partner Bitburger

**TOR-TIPP**

Wer richtig tippt, in welcher Minute das erste Tor eines Spiels fällt, kann bis zu 5000 Euro gewinnen

für den Sport hat bei deutschen Brauereien Tradition. „Sponsoring betreiben wir seit dem legendären Eröffnungsrennen am Nürburgring im Jahr 1927“, sagt Sebastian Holtz. Der Fokus liegt bei Bitburger aber klar auf dem Fußball. Seit vielen Jahren unterstützt die Brauerei beispielsweise den neuen deutschen Meister Bayer 04 Leverkusen, zudem Borussia Mönchengladbach, die TSG Hoffenheim und den FSV Mainz. Aber auch dem regionalen und lokalen Fußballgeschehen greift die Brauerei unter die Arme.

Regionalität wird bei Veltins ebenfalls großgeschrieben – um „die Clubs im Heimatmarkt auf Niveau zu halten“, sagt Ulrich Biene. So kann unter anderem der SSV Meschede aufs Veltins-Sponsoring bauen. Seit 1997 steht Veltins mittlerweile aber auch schon an der Seite von Schalke 04. Das 2001 eröffnete Stadion der Gelsenkirchener, das seit 2005 den Namen Veltins-Arena trägt, nennt Biene liebevoll „Wohnzimmer“, weil die Fans aufgrund der Bauart des Stadions ganz nah am Geschehen sind.

Wichtiger als die Ligazugehörigkeit seien „die Verwurzelung und Verbindung des Vereins in der jeweiligen Region“ und die Möglichkeit, über das Sponsoring die Marke Krombacher dort noch stärker zu verankern, sagt Peter Lemm, Leiter der Krombacher-Unternehmenskommunikation. „Obwohl unsere Partnervereine in den Profifußballligen – der SV Darmstadt 98 und DSC Arminia Bielefeld – in der aktuellen Saison nicht den Erfolg gehabt haben, den sie sich vor der Saison gewünscht haben, stehen wir natürlich weiter fest an der Seite der Vereine“, unterstreicht Lemm.

So hält man es auch bei der Haus Cramer Gruppe. Neben dem Zweitligisten SC Paderborn und Drittligist Preußen Müns-



BITBURGER, WARSTEINER, ©ISTOCKPHOTO.COM/ANDREAS

ter unterstützt die Brauerei-Gruppe mit ihrer Regionalmarke Herforder den Drittligisten SC Verl und den VfL Osnabrück, auch wenn der gerade aus der Zweiten Liga abgestiegen ist. AB InBEV Deutschland hat ebenfalls nicht nur die höchste Fußballliga im Blick. Zwar verbindet Werder Bremen und Haake-Beck eine langjährige Partnerschaft, und Beck's ist Bierpartner des VfL Wolfsburg. Mit Hasseröder unterstützt der Konzern aber zudem den Zweitligisten 1. FC Magdeburg. Und jüngst hat AB InBev eine fünfjährige Partnerschaft mit Hertha BSC vereinbart. Der Club stehe für Welt-offenheit und Vielfalt, begründet Unternehmenseprecher Florian Farken, warum

die Wahl auf den Zweitligaclub aus der Hauptstadt gefallen ist. Mit Beck's, Spaten und Corona bringt der Braukonzern gleich drei seiner Marken ins Olympiastadion. Neue Schnellzapfanlagen sollen dafür sorgen, dass Stadionbesucher selbst bei hohem Andrang nicht lange auf ihr Getränk warten müssen. Fußballfreunde hätten zunehmend Interesse an Produkten ohne Alkohol oder mit niedrigem Alkoholgehalt, konstatiert Farken. Veltins-Mann Biene bezweifelt allerdings, dass die Fans im Stadion perspektivisch auf ihr Bier mit Promille verzichten. „Die Leute wollen den klassischen Bier- und Fußballgenuss“, sagt er.

**Katrin Starke**

REZEPTE

## Gegrilltes für Fußball-Abende

Laue Sommerabende, an denen man bei angenehmen Temperaturen gern bis in die Nacht hinein draußen sitzt. Das ist das ideale Wetter, um im Garten zu grillen und dabei das eine oder andere kühle Bierchen zu trinken. In diesem Sommer gibt es noch einen Grund mehr, Freunde oder Nachbarn zum Grillvergnügen einzuladen: die Fußball-Europameisterschaft. Also heißt es, vor dem Anpfiff rasch den Fernseher nach draußen zu tragen und den Grillabend gut vorzubereiten.



### Warmer Kartoffelsalat mit Bierdressing

**Zutaten:**

- 600 g Kartoffeln, festkochend
- 1 rote Zwiebel, ½ Gurke
- 150 ml frisches Pils
- 2 EL dunkle Crema di Balsamico
- 1 EL Senf, grobkörnig
- 5 EL Olivenöl, Pfeffer, Salz
- ¼ Bd. Radieschen, ½ Bd. Schnittlauch, 2 EL steinlose grüne Oliven
- 50 g getrocknete Tomaten (in Öl)

**Zubereitung:**

Die gewaschenen Kartoffeln schräg in 1 cm dicke Scheiben schneiden, in Salzwasser ca. zehn Minuten kochen. Zwiebel in feine Ringe schneiden. Für das Dressing Bier, Balsamico und Senf verrühren und mit Salz und Pfeffer würzen. Öl darunter schlagen. Abgetropfte Kartoffeln und Zwiebeln auf dem Grill in einer Schale eine Minute von jeder Seite grillen. Gurke vierteln, Kerngehäuse entfernen, trocken tupfen und in Spalten schneiden. Tomaten würfeln. Oliven abtropfen lassen. Radieschen in Spalten schneiden, Schnittlauch klein schneiden. Alle vorbereiteten Zutaten bis auf das Dressing in einer Schüssel vermengen. Mit dem Dressing beträufeln.



### Puten-Gemüse-Spieße in Bier-Senf-Marinade

**Zutaten:**

- 300 g Putenbrust
- 1 Maiskolben, vorgegart
- 1 rote Paprika
- ½ Zucchini
- Für die Marinade: 1 Knoblauchzehe, 1 Schalotte, 2 Stiele Thymian
- 80 ml Pils, 50 g Senf, körnig

**Zubereitung:**

Grill vorheizen. Gewaschene Putenbrust in zwölf gleich große Würfel schneiden. Maiskolben in acht Scheiben schneiden. Paprika waschen, entkernen und in zwölf Stücke schneiden. Zucchini waschen und in acht Scheiben schneiden. Abwechselnd je drei Putenwürfel, zwei Scheiben Mais, zwei Scheiben Zucchini und drei Paprikastücke stecken. Für die Marinade Knoblauch und Schalotte schälen, fein würfeln. Thymian fein hacken. Knoblauch, Schalotten und Thymian mit frischem Pils und Senf vermengen. Spieße in der Marinade einlegen und ca. 30 Minuten kalt stellen. Puten-Gemüse-Spieße rundherum ca. zehn Minuten grillen. **Tipp:** Das Grillrost mit etwas Sonnenblumenöl einreiben. Dann bleibt das Grillgut nicht kleben.

©ISTOCKPHOTO.COM/GRAPHIXCHON; LAURIPATTERSON / REZEPTE: VELTINS

ANZEIGE

RICHTIGER ORT.  
RICHTIGE ZEIT.

Y  
drink responsibly  
.de

BBGK Foto: Rido/fotolia.com



## FRISCH

Das neue Naturradler Grapefruit von Warsteiner hat 0,0 Volumenprozent Alkohol

**E**ine Biersorte reiht sich im Getränkemarkt an die andere. Waren es bis vor einigen Jahren die alkoholhaltigen Biere, die die meisten Regalmeter für sich in Anspruch nahmen, sind mittlerweile oft die alkoholfreien Biere und Biermischgetränke in die erste Reihe aufgerückt. Vorbei die Zeiten, in denen das Bier ohne Umdrehungen – vielfach als Notlösung für Autofahrer verschmäht – ein Schattendasein führte. Alkoholfreies Bier wird heute zu allen Gelegenheiten getrunken – beim Geschäftsessen am Mittag ebenso wie beim sommerlichen Grillvergügen. Auch immer mehr Freizeitsportler haben den Gerstensaft ohne Promille für sich entdeckt, um nach körperlicher Betätigung ihren Energiespeicher wieder aufzufüllen. Ob das die beste Wahl ist, darüber gehen die Meinungen auseinander. Der Deutsche Brauer-Bund ist dem jetzt auf den Grund gegangen.

„Alkoholfreie Biere machen mittlerweile sieben Prozent des Marktes aus. Wir rechnen damit, dass bald jedes zehnte in Deutschland gebraute Bier alkoholfrei sein wird“, erklärt Holger Eichele, Chef des Deutschen Brauer-Bundes. „Seit 2008 erleben wir einen richtigen Alkoholfreiboom“, sagt Uwe Albershardt, Geschäftsführer Vertrieb der Haus Cramer Gruppe, und nennt Zahlen: Nachdem der Absatz jahrzehntelang bei rund 2,3 Millionen Hektoliter pro Jahr vor sich hindümpelte, waren es 2010 schon 4,3 Millionen Hektoliter. „Und in den nächsten zehn Jahren wuchs der Absatz von alkoholfreiem Bier um 53 Prozent auf 6,7 Millionen Hektoliter 2020“, sagt Albershardt. Tendenz weiter steigend. „An diesem Trend wird auch in Zukunft kein Weg vorbeiführen“, ist Angelika Thielen überzeugt. Sie leitet die Unternehmenskommunikation bei der Bitburger Braugruppe, dem Marktführer bei den 0,0%-Bieren. Man habe die Entwicklung sehr früh erkannt, sagt Thielen. So war Bitburger 2013 die erste große Brauerei in Deutschland, die ein 0,0%-Bier an den Markt brachte, das gleichzeitig isotonisch und vitaminhaltig ist. „In Zukunft werden weitere alkoholfreie Biere und Biermischgetränke auf den Markt kommen“, prognostiziert Angelika Thielen. Ein Grund dafür sei, „dass sich die Endverbraucher immer intensiver mit Lebensmitteln auseinandersetzen und großen Wert auf eine bewusste Ernährung legen“. Alkoholfreies



## ALKOHOLFREI

# Lass es zwischen ohne Alkohol

Bier ohne Promille hat sich etabliert. Auch wenn Brauer nicht damit werben dürfen, halten Mediziner das isotonische Getränk für einen idealen Durstlöscher



## HERB

Beim alkoholfreien Pils von Bitburger muss nicht länger auf die charakteristische herbe Note verzichtet werden

Bier bietet sich als Alternative zu zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken an. Schließlich garantiere das Reinheitsgebot die ausschließliche Verwendung natürlicher Rohstoffe.

Aufgrund der starken Nachfrage haben die Brauereien ihr Angebot an alkoholfreien Bieren deutlich vergrößert – und ständig werden es noch mehr. „Jede Woche kommt mindestens ein neues Bier auf den Markt“, schätzt Holger Eichele. Immer beliebter würden gerade „alkoholfreie Radler mit Zitrone und anderen Früchten“. Dem kann Uwe Albershardt nur zustimmen: Erst im vorigen Jahr haben die Sauerländer das Warsteiner NaturRadler Zitrone Alkoholfrei 0,0% herausgebracht und in diesem Frühjahr mit dem NaturRadler Grapefruit Alkoholfrei 0,0% gleich noch einmal nachgelegt – weil sich insbesondere die naturtrüben Radler als vielversprechende Kategorie in der Bierbranche bewiesen hätten, erklärt Warsteiner-Marketingchef Lasse Thiele. Nicht nur die Vielfalt wird immer größer. Auch geschmacklich sind die alkoholfreien Biere im Laufe der Jahre immer besser geworden. Im aktuellen Test der Stiftung Warentest (test 06/2024) erreichten fünf alkoholfreie Biere im sensorischen Urteil die Note 2,0. Insgesamt schnitten bei der Analyse von 20 alkoholfreien Bieren zwölf mit „gut“ ab, sieben bekamen ein „befriedigend“ und nur eines musste sich mit einem „ausreichend“ zufriedengeben. „Aus unserer Sicht ein sehr positives Ergebnis“, sagt Holger Eichele. Nur an einem Punkt stimmt der Chef des Brauer-Bundes nicht mit den Warentestern überein. So seien aus deren Sicht al-

koholfreie Biere kein ideales Sportgetränk. Selbst die isotonischen Biere hätten für ein Sportlergetränk „zu wenig Natrium, um ausgeschwitztes Salz zu kompensieren, und zu viel Kalium, was die Leistungsfähigkeit mindern kann“, so die Stiftung Warentest. „Hier kommt das Deutsche Institut für Sporternährung (DiSE) zu ganz anderen Ergebnissen“, hebt Eichele hervor. Zentrale Aussage des in Bad Nauheim ansässigen Instituts: Man sei von alkoholfreiem Bier für die effektive Regeneration nach dem Sport überzeugt. Wörtlich heißt es in der Broschüre „Alkoholfreies Bier. Ein erfrischender Durstlöscher für effektive Regeneration nach dem Sport“, die soeben erschienen ist: „Fitness-, Freizeit- und Breitensportlerinnen und -sportler erhalten mit alkoholfreiem Bier ein Getränk, das für die Regenerationsphase insbesondere nach Aktivitäten von einer Stunde und darüber hinaus sowie zum Genuss zwischen zwei sportlichen Aktivitäten empfohlen werden kann.“

Das alkoholfreie Bier sei oft isotonisch, unterstütze also den schnellen Wasserersatz und ermögliche eine „sportgerechte Wiederauffüllung der Energiespeicher“. Es ersetze Elektrolyte wie Kalium und Magnesium, die mit dem Schweiß beim Sport verloren gehen. Kalium braucht der Körper, damit sich die Muskeln an- und entspannen lassen. Nach körperlicher Aktivität sei eine Zufuhr von Kalium für die Regeneration erforderlich, unterstreicht das DiSE. Wörtlich heißt es: „Kalium wird zusammen mit der Speicherform der Kohlenhydrate, dem Glykogen, in der Leber und den Muskeln gespeichert. Pro Gramm Glykogen werden ca. 19 mg Kalium benötigt. Um bei gut trainierten Ausdauersportlern vollständig entleerte Glykogenspeicher von ca. 400 g wieder zu befüllen, sind demnach annähernd acht Gramm Kalium notwendig!“ Das sei kaum zu schaffen, „wenn nicht gezielt kaliumreiche Lebensmittel wie z. B. alkoholfreie Biere in das Ernährungsmanagement mit einbezogen werden“. Außerdem liefere das alkoholfreie Bier die für den Energiestoff-

WARSTEINER, BITBURGER, KROMBACHER, © ISTOCKPHOTO.COM/AJA.KOSKA



### ZITRONIG

**Auch das 0,0%-Natur-Radler von Krombacher überzeugt mit frischem Geschmack**

wechsel wichtigen Vitamine B6, B9 und B12 und könne „effektiv zur Deckung des allgemeinen und des sportbedingten Mehrbedarfs dieser Vitamine beitragen“.

Erstellt wurde die Broschüre in Zusammenarbeit zwischen dem DiSE und dem Deutschen Brauer-Bund mit dem

### Was heißt eigentlich isoton?

Man unterscheidet zwischen hypoton, hyperton und isoton. Hypotone Getränke sind solche, die eine geringere Teilchenkonzentration als das menschliche Blut aufweisen. Dazu zählen unter anderem Mineral- und Leitungswasser sowie ungesüßter Tee und Kaffee.

Hypertone Getränke weisen mehr wasserbindende Teilchen als das Blut auf (höhere Osmolalität). Die Osmolalität von Cola-Getränken, Limonaden und 100-prozentigen Fruchtsäften ist doppelt so hoch wie die des Blutes. Isotone Getränke haben die gleiche Konzentration osmotisch relevanter Teilchen wie menschliches Blut. Sie „liefern nach dem Sport Mineralstoffe zum Ersatz der Elektrolytverluste, halten durch schnellstmöglichen Wasserersatz das Blutvolumen aufrecht und stabilisieren als Energielieferant durch leicht verfügbare Kohlenhydrate die Leistungsfähigkeit“.

Ziel, Informationen zum richtigen Trinken im Kontext „Sport“ bereitzustellen, die auf aktuellen wissenschaftlichen Daten basieren. Das DiSE weist darauf hin, dass die Infos „unabhängig von der Finanzierung objektiv und ausgewogen dargestellt werden“.

**Alexandra Michaelis**

### PRÄVENTION

## Bei Sport, Spiel und Spaß den Durchblick behalten

**B**ier bewusst genießen – diesem Leitgedanken fühlen sich die deutschen Brauer verpflichtet und sensibilisieren seit Jahren mit unterschiedlichsten Präventionskampagnen für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol. Zusammen mit den Spitzenverbänden aus den Branchen Bier, Wein, Sekt und Spirituosen initiierte der Deutsche Brauer-Bund (DBB) etwa die Kampagne „Don't Drink and Drive“. Die Aufklärungsarbeit, zum Beispiel an Berufsschulen oder über Social-Media-Kanäle, richtet sich vor allem an junge Menschen.

In Zusammenarbeit mit dem Kinder- und Jugendring Sachsen-Anhalt und mit fachlicher Beratung durch die Landesstelle für Suchtfragen Schleswig-Holstein hat der Deutsche Brauer-Bund (DBB) im Rahmen seiner Kampagne „Bier? Sorry. Erst ab 16“ erstmals 2019 eine Broschüre zum Umgang mit Alkohol auf Jugendfreizeiten produziert. Aufgrund der hohen Nachfrage wurde die Publikation aktualisiert und ist nun in einer zweiten Auflage erschienen.

Die Broschüre zur Alkoholprävention auf Jugendfreizeiten informiert Jugendleiterinnen und Jugendleiter über die geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen.

„Jugendfreizeiten bieten Kindern und Jugendlichen einen wichtigen Raum für Erfahrungen und die Erprobung ihrer Fähigkeiten. In diesen Freiräumen entstehen aber auch Unsicherheiten, besonders über den Umgang mit alkoholischen Getränken. Es ist uns daher ein großes Anliegen, Jugendleiterinnen und Jugendleiter auf dieses relevante Thema vorzubereiten. Die Broschüre sorgt mit Hintergrundbeiträgen und Methodenvorschlägen für Durchblick in der pädagogischen Diskussion“, betont Holger Eichele, Hauptgeschäftsführer des DBB.

vcp

[www.bierbewusstgeniessen.de/bier-sorry-erst-ab-16](http://www.bierbewusstgeniessen.de/bier-sorry-erst-ab-16)



DBB

**Ab 16 dürfen Jugendliche Alkohol kaufen. Trinken tun sie ihn das erste Mal im Durchschnitt mit 14,8 Jahren**

## Wer gehört zu wem?

2023 sei ein „rabenschwarzes Jahr für die deutsche Brauwirtschaft“ gewesen, sagt Holger Eichele, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Brauer-Bundes. Tranken die Deutschen im Jahr 2022 durchschnittlich 91 Liter Bier, ließen sie sich 2023 nur noch 88 Liter durch die Kehlen rinnen. Rund 8,4 Milliarden Hektoliter Bier setzten die deutschen Brauereien im vergangenen Jahr insgesamt ab.

### Anheuser-Busch InBev Deutschland

Gesamtausstoß in Deutschland wurde für 2023 nicht beziffert. Der Umsatz von Anheuser-Busch InBev weltweit belief sich 2023 auf 59,4 Mrd. US-Dollar.



- Brauerei Beck einschl. Haake-Beck, Bremen
- Brauerei Diebels, Issum
- Hasseröder Brauerei, Wernigerode
- Spaten-Franziskaner-Bräu GmbH & Löwenbräu AG

### Bitburger Braugruppe

Gesamtausstoß wurde für 2023 nicht beziffert, der Umsatz der Bitburger Braugruppe lag 2023 bei 776 Mio. Euro



- Bitburger Brauerei, Bitburg
- König-Brauerei, Duisburg
- Köstritzer Schwarzbierbrauerei, Bad Köstritz
- Licher Privatbrauerei, Lich
- Vertriebspartnerschaft mit der Benediktiner Weißbräu GmbH
- Vertriebspartnerschaft mit CREW Republic

### Carlsberg Holding GmbH

Gesamtausstoß 2023: 2,762 Mio. hl



- **Carlsberg Deutschland GmbH, Hamburg:**
- Holsten-Brauerei, Hamburg
- Mecklenburgische Brauerei Lübz
- Wernesgrüner Brauerei, Wernesgrün

### Krombacher Brauerei

Gesamtausstoß 2023: 7,628 Mio. hl



- Krombacher Brauerei, Krombach
- Krombacher Brauerei, Standort Steinfurt

### Oettinger Getränke

Gesamtausstoß 2023: ca. 7,5 Mio. hl



- Oettinger Getränke Stammhaus Oettingen
- Oettinger Getränke Mönchenglöblich
- Oettinger Getränke Braunschweig

### Paulaner Brauerei Gruppe

Der Gesamtausstoß wurde für 2023 nicht beziffert. Schörghuber Unternehmensgruppe 70% / Heineken 30%



- Paulaner Brauerei, München
- Paulaner Produktion und Logistik Gesellschaft mbH, Gotha
- Hacker-Pschorr, München
- Rosenheimer Spezialitätenbrauerei, Rosenheim
- Auerbräu, Rosenheim
- Weißbierbrauerei Hopf, Miesbach
- Fürstliche Fürstenbergische Brauerei, Donaueschingen
- Privatbrauerei Hoepfner, Karlsruhe
- Privat-Brauerei Schmucker, Mossautal
- **Kulmbacher Gruppe (BHI-Beteiligung 63,8 %) mit:**
- Sternquell, Plauen
- Braustolz, Chemnitz
- Würzburger Hofbräu
- Privatbrauerei Scherdel, Hof

### Radeberger Gruppe

Der Gesamtausstoß wurde für 2023 nicht beziffert



- Allgäuer Brauhaus
- Berliner-Kindl-Schultheiss Brauerei
- Binding-Brauerei, Frankfurt
- Friesisches Brauhaus zu Jever
- Dortmunder Brauereien
- Freiburger Brauhaus
- Hanseatische Brauerei Rostock
- Haus Kölscher Brautradition, Köln
- Krostitzer Brauerei
- Sternburg Brauerei, Leipzig
- Radeberger Exportbierbrauerei
- Brauerei Schlösser, Düsseldorf
- Stuttgarter Hofbräu
- Tucher Privatbrauerei/Hasen-Bräu, Nürnberg/Augsburg

### TCB-Gruppe

Gesamtausstoß 2023: 7,0 Mio. hl



- Feldschlößchen AG, Dresden
- Frankfurter Brauhaus, Frankfurt (Oder)
- Gilde Brauerei Hannover
- Brasserie Champignoulles
- Gilde USA in North Carolina

### Haus Cramer Gruppe

Gesamtausstoß der Gruppe 2023: 3,6 Mio. hl



- Warsteiner Brauerei
- Paderborner Brauerei
- König Ludwig Schlossbrauerei Kaltenberg (Beteil. 50%)
- Privatbrauerei Frankenheim, Düsseldorf
- Oberbräu, Holzkirchen
- Herforder Brauerei
- Vertriebspartnerschaft mit Estrella Galicia International, Brew Dog Deutschland (Gastronomie) sowie Beteiligung an der Rye River Brewing Company aus Irland
- Beteiligung an der Bierothek
- Vertriebspartnerschaften rund um die internationalen Marken Fruitage bei Rodenbach und La Trappe



ISTOCKPHOTO.COM/NICOLAS NICOLANI



## HERZSTÜCK

Über die Displays der Heineken-Elektroflotte gibt es u. a. Infos zu Transportrouten, Energieverbrauch, Emissionen und Ladesäulen

HEINEKEN

# Brauen, prüfen und effizienter fahren

Von Ausbildung bis Logistik – unterschiedlichste KI-Anwendungen unterstützen die Brauer auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit

**G**anz leise rauscht der Mercedes Truck aufs Firmengelände. Da ist nichts zu hören von dem nagelnden Motorengeräusch, das die Dieselantriebe schwerer Lastwagen üblicherweise verursachen. Denn der Truck, der hier ins Duisburger Zentrallager der Heineken-Brauerei rollt, hat keinen Verbrennungsmotor mehr. Der weiße Mercedes eActros 300 ist ein Elektro-Lkw, angetrieben mit Strom aus erneuerbaren Energien. Seit Anfang des Jahres sind die Flüsterlaster auf der Route zwischen der Heineken-Brauerei im niederländischen Den Bosch und dem Zentrallager in Duisburg im Einsatz.

Eine Flotte von fünf Fahrzeugen transportiert täglich zehn volle Lkw-Ladungen über die Strecke, rund 540 Kilometer pro Laster. Deren Fahrer können sich ganz aufs Lenken der Brummis konzentrieren. An die Frage, wann und wo sie mit ihren Schwergewichten eine Ladesäule ansteuern müssen, brauchen sie keine Gedanken zu verschwenden. Das sagt ihnen eine künstliche Intelligenz (KI) via Display im Cockpit. KI hält in immer stärkerem Maße und mit ra-

santem Tempo Einzug in die verschiedensten Bereiche von Wirtschaft und Gesellschaft. Auch die Brauwirtschaft ist längst auf den Innovationszug aufgesprungen. Heineken ist da nur ein Beispiel.

Aufgezogen hat die Heineken-Brauerei ihr Pilotprojekt mit dem vor acht Jahren gegründeten Frachttechnologieunternehmen Einride aus Stockholm. Die Schweden stellen nicht nur die E-Flotte zur Verfügung und kümmern sich um den Aufbau der Ladeinfrastruktur. Von Einride stammt auch das KI-gesteuerte Betriebssystem Saga. „Auf Grundlage datengestützter Erkenntnisse optimiert Saga die Transportrouten, minimiert den Energieverbrauch und überwacht die Emissionsreduzierung“, heißt es aus der niederländischen Zentrale der Brauerei. Auch die Ankunftszeiten und die Pausenzeiten der Brummi-Fahrer könnten mit dem System besser gesteuert werden. Im Prinzip sei die Technologie, die hinter Saga stecke, sogar noch wichtiger als die Elektro-Lkw selbst. Mit dem Start des E-Truck-Pilotprojekts sei man „einen entscheidenden Schritt gegangen, um die Frachtmobilität grenzübergreifend neu zu gestalten“, sagt Geert Swaanenburg, Mana-

ging Director bei Heineken Deutschland. Bis 2040 will Heineken in der Wertschöpfungskette Netto-null-CO<sub>2</sub>-Emissionen erreichen. Die Dekarbonisierung der Logistik spiele dabei eine Schlüsselrolle, so Swaanenburg. Denn sie macht zwölf Prozent des gesamten CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks aus.

Durch die neue Elektroflotte will man jährlich 930 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen einsparen. Das KI-System liefere kontinuierlich wichtige Daten für die weitere Optimierung des Frachtbereichs und zeige, dass man „auf dem richtigen Weg zu einer zukunftsfähigen und nachhaltigeren Logistik“ sei. Ziel bei Heineken ist, das Projekt auf weitere Länder auszuweiten und die Transportketten, wo immer möglich, zu elektrifizieren. Vielleicht können die „Bierkutscher 2.0“ bei ihren Touren irgendwann auch die Hände entspannt in den Schoß legen, schließlich war Einride 2019 nach eigenen Angaben das erste Unternehmen weltweit, das ein autonomes Elektrofahrzeug auf einer öffentlichen Straße einsetzte.

Bei der Krombacher Brauerei „setzen wir KI beispielsweise ein, um in unserer Abfüllanlage Fässer zu prüfen“,

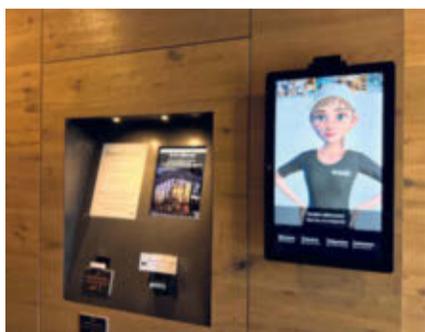
berichtet Unternehmenssprecher Peter Lemm. „Das geschieht, um defekte Griffe an den Fässern zu erkennen und sie frühzeitig auszusondern.“ Die Inspektion erfolge nun mittels kamerabasierter Bilderkennung und KI. „Dadurch kann die Überprüfung während des laufenden Produktionsprozesses durchgeführt werden“, erklärt Lemm. Das sichere die Abfüllqualität und steigere zugleich die Effizienz. Bei der Brauerei C. & A. Veltins im Sauerland nutzt man KI unter anderem in der Flaschen- und Kastensortierung. Die „angelernte“ Software identifiziert die Gebinde auf Basis von Millionen eingespeister Fotos. In vielen anderen Bereichen der Brauerei stehe künstliche Intelligenz in den Startlöchern, sagt Veltins-Sprecher Ulrich Biene. „Die Zahl der Anwendungen wird in den nächsten Jahren zweifellos in die Höhe schnellen“, ist er überzeugt. Vor allem im selbstständigen Lernen von Anlagen sieht er eine gute Chance, Abläufe effizienter zu machen.

Beim Braukonzern AB InBev Deutschland hat man sogar ein Bier von künstlicher Intelligenz entwickeln lassen. „Beck's Autonomous“ wurde vom Rezept bis zur Verpackung von einer KI gemacht – nach Konzernangaben als eines der ersten von künstlicher Intelligenz konzipierten Biere der Welt. Allerdings war das im vorigen Jahr erstmals gebraute „Autonomous“ erst einmal nur ein Versuchsballon. „Um den Kundinnen und Kunden die Möglichkeit zu geben, dieses innovative Bier zu probieren, haben wir eine auf insgesamt 450 Stück limitierte Auflage davon in Deutschland, Italien und Großbritannien herausgebracht“, sagt Konzernsprecher Florian Farken. Ob das Experiment fortgesetzt werde, lässt er offen.

Um die neue Technologie von der Pike auf im Unternehmen zu etablieren, wird bei Veltins der Nachwuchs mit dem Thema vertraut gemacht. „Wir haben KI zu einem Qualifizierungsthema unserer Auszubildenden gemacht“, berichtet Ulrich Biene. Im neuen Lehrgang „KI-Scouts“, den die Industrie- und Handelskammer Arnsberg erfunden und innerhalb von nur neun Monaten aufgebaut hat, lernen die ersten drei Veltins-Azubis reale Anwendungen kennen – der Industriekaufmann-Azubi Felix Rickert, der angehende Fachinformatiker Silas Bulling und Luis Otte, der sich zum Elektroniker für Automatisierungstechnik ausbilden lässt. Das Trio soll Anwendungspotenziale bei Veltins ermitteln und eine KI-Landkarte erstellen. **Katrin Starke**

## SELF-CHECK-IN MIT KIRA

## Fit für die Zukunft im Smarthotel von Maisel & Friends Zukunftstechnologien



Die digitale Kollegin Kira begrüßt beim Check-in im „Liebesbier Urban Art Hotel“

**B**ekleidet mit einem feschen „Liebesbier“-Shirt, Basecap auf dem Kopf, die Hände in die Hüften gestemmt – so wartet Kira am Eingang des Hotels auf dem Brauereigelände von Maisel & Friends in Bayreuth auf Übernachtungsgäste. Sie hilft den Ankömmlingen beim Self-Check-in, beantwortet freundlich Fragen. Doch Kira ist keine Mitarbeiterin aus Fleisch und Blut, sondern ein Avatar.

Als eines der ersten Hotels in Deutschland setzt das „Liebesbier Urban Art Hotel“

eine KI-gestützte, digitale Kollegin ein. Aktiviert wird Kira durch Gesichtserkennung. Sie spricht den Gast aktiv an, der vor ihr stehen bleibt. „Unser Hotel haben wir als Smarthotel geplant, die Mehrheit der Gäste nimmt das zeitsparende Angebot bei An- und Abreise sehr gern an“, sagt Hotelchef Sebastian Wenk. Zwar stehe auch das „menschliche“ Hotel-Team am Welcome-Desk für Fragen bereit. „Seit der Eröffnung unseres Hotels vor zwei Jahren haben wir aber die Erfahrung gemacht, dass Gäste ge-

rade beim Einchecken häufig an denselben Stellen Hilfe benötigen oder dass außerhalb der Öffnungszeiten Fragen auftauchen.“ Kira hilft auch, wenn es um die Öffnungszeiten der hoteleigenen Sauna geht, eine Reservierung im benachbarten „Liebesbier-Restaurant“ oder um Aktivitäten auf dem Brauereigelände von Maisel & Friends. Von den Gästen habe es bisher durchweg positives Feedback gegeben, sagt Wenk. Etwa 300 Fragen bekomme die neue Kollegin pro Woche gestellt. **Katrin Starke**

Bier-Erlebnisse in Nordrhein-Westfalen und in Oberfranken mit Ausstellungen, Wanderwegen und einem Erotikbier-Labyrinth



# Kurztripp

**D**ie Männer haben sich herausgeputzt. Im Anzug, mit weißem Oberhemd und Schlips stehen sie da am Tresen, ein Glas Bier in der Hand. Dicht gedrängt, umlagern sie die Theke. Einige sind angeregt ins Gespräch vertieft, andere führen gerade das noch halb gefüllte Glas zum Mund. Einer prostet dem Fotografen zu. Hoch her ging es oft in den Kneipen im Sauerland, damals in den 1950er-Jahren. Daran erinnert das beschriebene Foto, aufgenommen vor rund 70 Jahren im Gasthof „Zur Post“ in Düdinghausen. Jetzt hat es das Bild aus dem Dorfarchiv bis ins Museum geschafft – ins Sauerland-Museum in Arnsberg. Das Museums- und Kulturforum Südwestfalen zeigt noch bis zum 29. September die Sonderausstellung „Frisch gezapft! Das Bier und wir“.

Anlässlich des 200-jährigen Bestehens der Brauerei C. & A. Veltins widmet sich das Museum erstmalig in großem Umfang der sauerländischen Brautradition vom Mittelalter bis heute. Eine echte Kneipentheke aus dem Paderborner Land ist eines der zentralen Exponate, ebenso ein Sudkessel der Essener Weigelwerke. Und mittels 3-D-Brille werden die Besucher hineingezogen in einen Original-Ausschank. Neben Veltins haben weitere Brauereien Exponate zur Verfügung gestellt. Die Warsteiner Brauerei hat Abfüllanlagen, einen Handkarren zur Auslieferung von Fässern und einen Würzekühler beigesteuert, die Westheimer lieferten Objekte aus Verkauf, Vertrieb und Produktion. Auch die einst dominanten Dortmunder Brauereien sind mit beeindruckenden Exponaten vertreten – insbesondere mit einem sogenannten „Sternwirt“, mit dessen Hilfe sich Mitarbeiter in der Dortmunder Kronen-Brauerei einst ihren Hastrunk abzapfen konnten. Die Objektfülle sorgt für ein authentisches Erlebnis der Sauerländer Brau- und Bierkultur, sagt Museumsleiter Oliver Schmidt. Anspruch sei es, „die vielen Facetten, die das Bierbrauen auf handwerklicher Seite bedeutet, ebenso zu beleuchten wie die sauerländische Geselligkeit auf Festen und in der Gastronomie“.

Für bieraffine Touristen ist die Sonderschau ein Grund mehr, der Region (oder auch Nordrhein-Westfalen insgesamt) einen Besuch abzustatten. „Denn Nordrhein-Westfalen ist nicht nur das bevölkerungsreichste Bundesland, sondern auch das mit den meisten Biersorten und wirklich besonderen Bier-Erlebnissen“, sagt Heike Döll-König, Geschäftsführerin des touristischen Dachverbandes „Tourismus NRW“. Außerdem sei NRW „die Heimat einiger



1



2

1 Im Sauerland-Museum in Arnsberg zeigt das Museums- und Kulturforum Südwestfalen bis zum 29. September die Sonderausstellung „Frisch gezapft! Das Bier und wir“. Am Zapfhahn: Brauer Armin Naumann in einer Bierkutscheruniform aus den 50er-Jahren 2 Ein 99 Jahre alter Benz von Veltins 3 Brauhaus in der Altstadt von Düsseldorf

## Region Oberfranken

Mit aktuell 169 Brauereien auf 1,07 Millionen Einwohner hat Oberfranken (im Norden Bayerns) die mit Abstand höchste Brauereidichte weltweit. Die Gemeinde Aufseß steht mit ihren vier Brauereien bei nur 1200 Einwohnern im „Guinness“-Buch der Rekorde. Es gibt vier Brauereimuseen (in Kulmbach, Bayreuth, Bamberg und Weißenbrunn). Hinzu kommen mehr als 50 Brauereiwanderwege, die meisten sind zu finden unter [www.bierland-franken.de](http://www.bierland-franken.de).

der berühmtesten Brauereien Deutschlands“. Bier ist im nordrhein-westfälischen Tourismus ein Standortfaktor. Zwar kommen die meisten Gäste nicht allein nach NRW, um das Kulturgut Bier zu erleben, aber für die Touristiker ist es ein wichtiges Querschnittsthema.

**S**o bewirbt „Tourismus NRW“ unter anderem das Brauerei-Museum Dortmund, wo Besucher im früheren Maschinenhaus der Hansa-Brauerei und der angrenzenden Produktionshalle einige der wichtigsten Biermarken des Ruhrgebiets kennenlernen können. Ebenfalls die Werbetrommel gerührt wird für den Bierweg durchs Bergische Land, der von Wiehl-Bielstein aus auf 13 Kilometer Länge durch die Natur führt und dabei Einblicke in die Geschichte der örtlichen Erzquell-Brauerei sowie in die Kunst des Brauens gibt. Auf ein kühles Bier müssen die Wanderer unterwegs nicht verzichten: An fünf Stationen sind „Hopfenhöhlen“ in den Boden eingelassen, die (allerdings nur bei Vorabbestellung) mit Kölsch-Flaschen oder alkoholfreien Varianten gefüllt werden. An gleich zehn Stationen wird Wanderern

auf dem sieben Kilometer langen Bierbrau-Wunderweg in Meschede Wissenswertes und Kurioses aus dem Brauwesen vermittelt. Es gibt Raststationen wie eine Waldtheke mit Weitblick oder ein Aussichtsfass. Im „Landhotel Beverland“ im münsterländischen Ostbevern können Gäste sogar in einem Bierfass übernachten – einem Fass aus dem 19. Jahrhundert, das noch bis 1995 in der seit 1769 bestehenden Pott's Brauerei in Oelde im Einsatz war.

„Aus touristischer Sicht ist es wichtig, dass die Menschen das Kulturgut Bier erleben können“, sagt Marc Peters, Geschäftsführer des Brauereiverbandes NRW. Viele der rund 140 nordrhein-westfälischen Brauereien hätten ihre eigenen Brauhäuser, Gaststätten und Biergärten. „Die ziehen Tagesgäste von nah und fern an – ebenso wie die Bierfeste, die in zahlreichen Städten veranstaltet werden“, so Peters. „Bei uns in Nordrhein-Westfalen lassen sich Biertraditionen erleben, die es nirgendwo sonst auf der Welt gibt“, ergänzt Tourismus-Expertin Heike Döll-König und bringt Beispiele: „Frisch gebranntes Kölsch gibt es nur in der Domstadt, denn

es darf laut Kölsch-Konvention wirklich nur in Köln gebraut werden. Am Niederrhein finden sich die Wurzeln des dunklen Pendants mit malzigem Geschmack. Die Bolten-Brauerei in Korschenbroich gilt als die älteste Altbierbrauerei der Welt.“

**N**och mehr Brauereien als in Nordrhein-Westfalen gibt es wohl nur in Oberfranken (siehe Kasten). „Brauereitouristen beinhalten auch viele Hinweise auf kulturelle und landschaftliche Sehenswürdigkeiten“, so Bernhard Sauer, Geschäftsführer von Bierland Oberfranken e.V./Fränkische Bierstraße. „Die Palette reicht vom Forchheimer „Walk of Beer“ über den Fünf-Seidla-Steig in der südlichen Fränkischen Schweiz, den Biergondelweg in Fleckl am Ochsenkopf oder das Erotikbier-Labyrinth oberhalb von Wunsiedel bis zum Kulmbacher Biergeschichtsweg und zur Pegnitzer „Tour der hundert Bierkrüge“. Buchbar ist auch eine Genusswanderung ab Memmelsdorf auf dem 13-Brauereien-Weg – inklusive Einkehrschwüngen, Besichtigung eines historischen Braukellers und Anekdoten vom Braumeister. **Clara-Marie Hotka**



3

# EM-TICKETS Bitte

*Bitte ein Bit*



Offizielles Bier der UEFA EURO 2024™

**JETZT CODE SCANNEN UND  
TICKETS GEWINNEN!**  
Alle Infos: [bitburger.de/em-aktion](https://bitburger.de/em-aktion)