

DEUTSCHE BIERKULTUR

01.2023



VERSprochen! ... UND GELIEFERT!

Binding wird Bier-Partner
der Eintracht

GENERATIONSWECHSEL IN DER KROSTITZER BRAUEREI

Sven-Matti Kamann übernimmt

FÜHRUNGSKRÄFTETAGUNG

Endlich wieder live
und in Farbe



RADEBERGER GRUPPE

DEUTSCHE BIERKULTUR

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

*Geschäftsführung der Radeberger Gruppe
Darmstädter Landstraße 185
60598 Frankfurt am Main
Tel.: 069.6065.0
Fax: 069.6065.99.437*

IHR KONTAKT ZUR REDAKTION

*Tel.: 069.6065.437
Fax: 069.6065.99.437
E-Mail: bierkultur@radeberger-gruppe.de*

REDAKTIONSLEITUNG

*Birte Kleppien
Leitung Unternehmenskommunikation
(V. i. s. d. P.)*

REDAKTIONELLE KONZEPTION

*Christina Baumeister
Stephanie Jauernig*

REDAKTIONELLE MITARBEIT

*Andrea Berndt
Maria Blume
Renate Goergen
Martin Götz
Alexander Gondosch
Nicole Neuhaus
Dr. Manuela Richter
Hendrik Wagner
Dr. Ines Zekert*

KONZEPT UND GESTALTUNG

Marek J. Sulewski, Andernach am Rhein

GESTALTUNG UND REALISATION

Bobbel Jacobs Grafik-Design, Frankfurt am Main

DRUCK

Malich GmbH, Frankfurt am Main

FOTOS

*OnlineDialog (S. 10, 11, 14, 15, 22, 23)
Anne Schwerin (S. 26, 27)
The Marmalade Studios (S. 28)
Ralf Lienert (S. 34)*

*Alle Rechte vorbehalten. Irrtümer und Druckfehler vorbehalten.
Nachdruck, auch auszugsweise, und elektronische Verarbeitung
nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Redaktion.*

LIEBE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER,
LIEBE KUNDEN UND FREUNDE UNSERER UNTERNEHMENSGRUPPE,

kennen Sie das? Sie geben eine Prognose für etwas ab – sagen wir, das Wetter für den Grillabend am nächsten Samstag: Sie sehen auf Basis der Temperaturentwicklung, ihrer Erfahrungswerte und Wetter-Expertise ein erhöhtes Risiko für Niederschläge und Gewitter an diesem Abend. Und dann donnert es tatsächlich schon drohend im Hintergrund, als Sie gerade die Bratwurst auf dem Grill wenden.

Manchmal möchte man mit seinen Prognosen doch am liebsten nicht Recht behalten, oder? Im Kleinen wie im Großen. Als wir Anfang dieses Jahres im Chor der Performance-Meldungen der Brauer als nahezu einziger Marktakteur darauf hinwiesen, dass das Jahr 2023 trotz unbestrittener Markterholung im Vorjahr erneut überaus hart und mit einigen Belastungen mit Blick auf Absätze, Umsätze, Kosten und Margen für alle Brauer schweißtreibend werden dürfte, ahnten wir zwar, dass wir mit dieser Vorhersage Recht behalten würden. Darauf, dass unsere Prognose dann aber so passgenau eintritt wie sich nun abzeichnet, hätten wir im Sinne der Branche dann aber doch ganz gerne verzichtet.

Aber der Markt macht eben, was er will – und auch in diesem Jahr will er den deutschen Brauern ganz offensichtlich keine Atempause bewilligen: Aufgelaufen bis Mai dieses Jahres* liegt der deutsche Biermarkt nach einem „Grusel-Monat“ April, wie das Magazin Inside titelte, schon wieder ganz tief im dunkelroten Bereich, mit einem Minus von 3,3 Prozent im Gesamtumsatz – und sogar minus 4,1 Prozent im Inland. Dieses Absatzminus, das im Laufe des Jahres nur schwer aufzuholen sein

dürfte, ist aber nicht die einzige Herausforderung, vor der unsere Branche steht: Auch der weiterhin sehr hohe Kostendruck aus Beschaffungsmärkten und Arbeitskosten, aufgezehrte unternehmerische Reserven und immer schmerzhafter zu Buche schlagende Überkapazitäten im Markt durch sinkende Absatzmengen dürften sich bei vielen Marktakteuren gerade wie der berühmte Schwitzkasten anfühlen, der langsam, aber sicher die Luft zum Atmen nimmt ...

Da ist es also, das „schwere Fahrwasser“, das wir in unserer Performance-Pressmeldung Anfang 2023 vorausgesagt haben. Man musste diese frühe Prognose nicht mögen. Sie schmeckte auch nicht jedem. Aber man tat gut daran, diese ernst zu nehmen – und sich vorausschauend dafür aufzustellen. Denn natürlich machen auch uns der Kostendruck und die beschriebene Marktsituation das Leben gerade nicht einfacher. Auch wir kämpfen wie jeder andere Marktteilnehmer um Marktanteile, um Absätze, Umsätze, Ergebnis, Kunden und Konsumenten. Und

auch wir bewegen uns in dem skizzierten schweren Fahrwasser. Jeden Tag aufs Neue.

Aber wir haben uns als Unternehmensgruppe sehr frühzeitig und konsequent auf diese jetzt eintretenden Marktveränderungen vorbereitet. Haben immer unsere Hausaufgaben gemacht. Haben den Markt nie verklärt mit Weichzeichner betrachtet, sondern immer sachlich analysiert. Und ja, wir haben auf unsere eigenen Prognosen gehört – und diese stets bei unseren Planungen und Aufstellungen eingepreist, auch wenn das manchmal weh tat. Ja, mit der in diesen Tagen immer näher rückenden Schließung unserer Binding-Brauerei auch bis heute richtig schmerzt.

Aber es ist richtig. Denn nur wer sich mit unserem harten Markt dynamisch verändert, wird diesen auch in Zukunft gestalten können. Nur wer sich Spielräume für Investitionen in Marken und Marktposition erarbeitet, hat die Luft und den Rückenwind, den

es braucht, um trotzdem voranzukommen. Und nur wer Chancen, die dieses sich verändernde Marktumfeld auch immer wieder bietet, beherzt ergreift, kann langfristig zu den Gewinnern im Steherrennen des Biermarktes gehören.

Es ist kein Geheimnis, dass wir in der Radeberger Gruppe genau dieses Ziel fest vor Augen haben. Dass wir uns dabei auf einem guten Weg befinden, beweist nicht zuletzt unsere aktuelle Marktperformance, die über dem Marktdurchschnitt liegt. Das mag eine Momentaufnahme sein, das mag sich im Jahresverlauf immer wieder einmal ändern, sicher ist aber: Wir haben die Aufstellung, wir haben das Portfolio, wir

haben eine einzigartige Marktposition, wir haben die notwendige Konsequenz, und, ganz wichtig, wir haben Sie. Und gemeinsam sind wir in unserer Unternehmensgruppe unschlagbar. Deswegen mache ich mir trotz sehr anspruchsvoller Rahmenbedingungen und Herausforderungen im Markt keine Sorgen um unseren langfristigen Markterfolg. Denn Sie wissen ja: Wir sind eine starke Unternehmensgruppe, ein starkes Team. Und gemeinsam schaffen wir alles.

In diesem Sinne

Ihr
Guido Mockel

* bis Redaktionsschluss lagen leider noch keine aktuelleren Zahlen des Statistischen Bundesamtes zur Marktperformance vor





EIN BLICK IN DEN INHALT

„SIE HABEN
AUSSERGEWÖHNLICHES GELEISTET ...“
Generationswechsel in den
Hauptabteilungen Recht und Personal
Seite 14

UMTRIEBIG, UNENTWEGT, UNBEIRRT
Drei Jubiläen
dank willensstarker Gründergeister
Seite 30

ZWISCHEN KÜHEN UND
KAISERSCHMARRN
Einkehr am Fernwanderweg
Seite 35





3 EDITORIAL

TITELTHEMA

- 6 Binding wird Bier-Partner der Eintracht

IM FOKUS

- 10 Führungskräftetagung: Endlich wieder live und in Farbe ...
 12 Herzlich willkommen im Unternehmen!
 13 Neuer Look für Wicküler
 14 „Sie haben Außergewöhnliches geleistet ...“
 16 Mit Herzblut die Zukunft gestalten
 18 Von einem gemeinsamen Führungsverständnis
 zu einer gelebten Führungskultur
 20 Ein Blick hinter die Kulissen in Richtung Zukunft
 21 Lagerverwaltungssystem: Frisches Design und innovative Ideen
 22 Ganz nah dran – OnlineDialog eröffnet Niederlassung in Leipzig
 23 Aufgepasst ... Hier kommt die Gen Z!

NACHHALTIGKEIT

- 24 Gemeinsam nachhaltig handeln
 25 Heute entscheiden, was morgen zählt

PANORAMA

- 26 Generationswechsel in der Krostitzer Brauerei
 28 Die (fast) natürliche Schönheit der Grapefruit
 30 Umtriebig, unentwegt, unbeirrt – Drei Jubiläen
 33 Von außergewöhnlichen Orten und Menschen
 34 Sieben starke Rösser für den Sechserzug
 35 Zwischen Kühen und Kaiserschmarrn
 36 Volle Pulle für die Pranke
 38 Drei windige Gestalten
 39 Das gut gehütete Käpsele-Geheimnis
 40 Der Stern im Fokus
 41 Alle in Gelb

TERMINE

- 44 Was ist sonst noch los?
 Neuigkeiten aus den Standorten der Radeberger Gruppe

2 IMPRESSUM



VERSprochen! ... UND GELIEFERT!

Kein anderes Bier trägt die Stadt Frankfurt, die Mentalität der Mainmetropole und ihrer Menschen so tief im Herzen wie unsere Marke Binding. Das wird auch nach Ende der Produktion vor Ort so bleiben, hatten wir fest versprochen.

Jetzt haben wir geliefert. Und wie!

Frankfurt (kle). – Es war eine Nachricht, die sich wie ein Lauffeuer verbreitete. In den Medien. An unzähligen Stammtischen. Bei vielen Fanclubs des Vereins: Der Fußball-Bundesligist Eintracht Frankfurt wechselt seinen Bierpartner.

An sich keine ungewöhnliche Nachricht, Veränderungen gibt es schließlich immer mal wieder. Warum diese Nachricht dennoch so viel Aufmerksamkeit generierte? Weil nun endlich zusammengefunden hat, was eigentlich schon längst zusammengehörte: Die Eintracht in Frankfurt zapft nun (endlich) Binding.

Das Bier, dessen Herz so leidenschaftlich und lebhaft für die Stadt Frankfurt und ihren Verein schlägt. Dessen Fans schon seit Jahren „ihr“ Binding gefordert hatten, wie Befragungen immer wieder eindrucksvoll belegt haben. Die beide den Adler aus dem Frankfurter Stadtwappen im Logo tragen. Jetzt ist dieser lang gehegte Wunsch endlich wahr geworden: Die Eintracht und Binding sind dank einer langfristig vereinbarten Partnerschaft ab dem Saisonstart 2023/24 gemeinsam am Ball. Die Adler segeln zukünftig also ... einträchtig ... zusammen.

„Als sich aus der bestehenden Partnerschaft mit PepsiCo die Option ergeben hat, unser Engagement mit Eintracht Frankfurt auszuweiten und auch Bier-Partner zu werden, waren wir sofort Feuer und Flamme“, beschreibt Verkaufsdirektor Martin Haustein, wie es zu dieser traumhaften Zusammenarbeit kam.



DOUBLE GEGLÜCKT

Mit den PepsiCo-Marken ist die Unternehmensgruppe im Stadion bereits Strategischer Partner der Eintracht für den Produktbereich Softdrinks. Die gemeinsam gemachten guten Erfahrungen waren daher auch ein wesentlicher Anstoß für Gespräche über eine erweiterte Zusammenarbeit. Genauso wie die in der Unternehmensgruppe bestehende Expertise als Partner großer Fußball-Vereine – etwa bei Borussia Dortmund, Union Berlin, RB Leipzig und dem VfB Stuttgart oder auch beim FC Heidenheim, Hertha BSC Berlin und der SpVgg Greuther Fürth.

„Für die Eintracht waren wir aus vielen Gründen der perfekte Kandidat für den Bierbereich“, gibt Martin Haustein einen Einblick in die Verhandlungen, die er gemeinsam mit Regionaldirektor Rudolf Greimel federführend geleitet und schließlich erfolgreich für unsere Unternehmensfamilie zum Abschluss gebracht hat. „Uns ging es übrigens nicht anders ...“, fügt er schmunzelnd hinzu.

Als eines von neun Gründungsmitgliedern der Bundesliga gilt Eintracht Frankfurt schließlich als einer der großen Traditionsvereine im deutschen Fußball. Dessen Stadionauslastung bei Heimspielen im Deutsche Bank Park liegt regelmäßig bei nahezu hundert Prozent – damit gehört der Klub zu den 30 meistbesuchten Fußballvereinen in Europa. Mit einer Fanszene, die als eine der aktivsten und stimmgehaltigsten in Deutschland gilt.



Von diesem Bekenntnis zueinander werden nun auch beide Seiten gleichermaßen profitieren: Binding, weil die Marke mit ihrer Einwechslung bei den Rot-Schwarz-Weißen allen Stadtbewohnern und – ja – auch möglichen Kritikern belegt, wie fest sie Frankfurt verbunden bleibt, wie sehr es das Bier von Hibbdebach bis Dribbdebach bleiben will und wird. Wie auch der Bundesligist, weil Binding im Stadion, aber auch jenseits des heimischen Rasens viele Spielfelder nutzen wird, um die Begeisterung für die vielleicht schönste Nebensache der Welt zu teilen: mit vielen spannenden Aktionen in der Gastronomie, im Handel, auf Social Media oder auch auf Events.

„Rund um unser neues Engagement haben wir ein ganzes Feuerwerk kreativer Ideen, die wir zünden wollen“, kündigt Binding-Marketingleiterin Bettina Pöttken an. Und ihre Kollegin Claudia Geisler ergänzt: „Wir freuen uns so sehr, dass es ab sofort das Bier im Deutsche Bank Park gibt, das dort hingehört und bei den Fans der Eintracht so tief verankert ist – und immer wieder herbeigesehnt wurde.“

ADLER IM HERZEN

Denn jetzt müssen sie nicht mehr nur stadionnahe Binding-Partner wie den „Fan Treff Waldstadion“ oder den „Kiosk am Oberforsthaus“ ansteuern, um zumindest vor oder nach dem Heimspiel in den Genuss ihres Lieblingsbieres zu kommen: Auch im



Stadion hat die „Durststecke“ endlich ein Ende. Claudia Geisler: „Den Fans unseres Vereins erfüllen wir einen lang gehegten Wunsch – genauso wie uns selbst. Wenn also künftig die Hymne „Im Herzen von Europa“ bei Heimspielen erklingt, recken wir die Schals in die Höhe und stimmen lauthals ein ...“

Sicherlich ein Grund, warum Binding den gefürchteten „Adlercheck“ offensichtlich mit Bravour bestanden hat, obwohl es durchaus großes Interesse ortsfremder Biere gab: Beide Marken sprechen eine gemeinsame Sprache, sind vom selben Zungenschlag: „Wir von Binding kennen die Menschen in der Mainmetropole. Wir wissen, was sie umtreibt, was sie mögen, was sie ablehnen“, weiß Claudia Geisler. „Uns vereint unser Stolz auf diese Stadt und ihre vielen Errungenschaften, das Herzblut für die Menschen der Region und vor allem die große Leidenschaft für den Fußball“, unterstreicht Bettina Pöttken.

Oder wie Verkaufsdirektor Martin Haustein es zusammenfassend auf den Punkt bringt: „Egal was auch sonst passiert: Frankfurt verlässt niemals unser Binding! Und Binding bleibt Frankfurt treu, keine Frage“.

Wie wahr. Nun ist es also mittendrin: das Bier, das Frankfurt immer im Herzen tragen wird. Und stößt mit einer neuen Partnerschaft nun auch mitten in das Herz von Fußball-Frankfurt vor.

Verbraucherstimmen

„Ich wünsche mir den Binding-Dreiklang: Vor dem Spiel – während des Spiels – nach dem Spiel: Binding!“

„Ich habe mir immer gewünscht, dass im Frankfurter Stadion Binding verkauft wird. Ich weiß nicht, warum das nicht so ist. Ich kenne die Hintergründe nicht. Aber ich wünsche mir, dass dort die regionale Marke angeboten wird.“

„Binding und Frankfurt, Eintracht und Frankfurt, Binding und Eintracht. Das gehört zusammen.“

Knapp 170 Führungskräfte des engeren Führungskreises der Radeberger Gruppe trafen sich am 28. April 2023 in Neu-Isenburg zur Führungskräftetagung.



Die wesentlichen wirtschaftlichen Eckdaten und Anforderungen an die Führungskräfte erläuterte der kaufmännische Geschäftsführer der Radeberger Gruppe, Christian Schütz.



„ENDLICH WIEDER LIVE UND IN FARBE ...“

Führungskräftetagung 2023 gibt Einblicke in Markt, Herausforderungen, Chancen und Aufgaben.

Frankfurt/Neu-Isenburg (kle). – Am 27. April 2023 hieß es nach drei Jahren pandemiebedingter Pause endlich wieder einmal „Willkommen zu unserer Führungskräftetagung“. Unsere Geschäftsführung hatte den engeren Führungskreis der Radeberger Gruppe nach Neu-Isenburg geladen, um eine aktuelle Positionsbestimmung im Markt vorzunehmen, die Chancen und Herausforderungen unseres Marktes zu beleuchten – und den knapp 170 teilnehmenden Führungskräften aus der ganzen beeindruckenden

Breite und Tiefe unserer schönen Unternehmensfamilie – Brauereigeschäft, Getränkefachgroßhandel, Getränkeeinzelhandel, Streckengeschäft sowie alle anderen Tochtergesellschaften – ein aktuelles Briefing für die vor uns liegenden Herausforderungen und Aufgaben zu geben, den Startschuss für die nun bereits laufenden unternehmerischen Planungsprozesse zu geben und – ganz wichtig – endlich auch wieder den persönlichen Austausch, das kollegiale Netzwerken und den direkten Austausch unter

Die Vertikale im Fokus: Geschäftsführer
Vertikales Geschäft, Ulf Kampruwn.



Die Geschäftsführung stellte sich
den Fragen der Führungskräfte.



Gab Einblicke,
live in die Lage der Nation:
CEO Guido Mockel.

Thomas Freese, Geschäftsführer Exportgeschäft,
berichtete über das internationale Geschäft der Unter-
nehmensgruppe - und aktuelle Herausforderungen.

Kollegen zu ermöglichen, die sich allzu lange nicht persönlich gesprochen hatten. Und das kam an: Nach einem mit Informationen, Einblicken, Botschaften und Aufträgen dicht gepackten Tagungstag genossen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Möglichkeit, das eine oder andere Thema beim anschließenden Abendessen mit Kolleginnen und Kollegen bei einem guten Radeberger Pilsner intensiver zu beleuchten, die Schwerpunkte der Tagung

noch einmal zu reflektieren – und die Zeiten der zwangsweise ausgefallenen persönlichen Meetings somit endgültig, eindrucksvoll und bei bester Stimmung zu beenden. Am Ende waren sich alle einig: Schön und hoch informativ war's in Neu-Isenburg – eine gute Vorbereitung für die nächsten Monate. Eine wichtige Orientierung mit Blick auf den aktuellen gemeinsamen unternehmerischen Auftrag. Und vor allem eine sehr gute Motivation für den Start in die Saison ...



HERZLICH WILLKOMMEN IM UNTERNEHMEN!

Frischer Wind für den Fachbereich IT-Services –
Matthias Kiebel übernimmt die Führung als neuer Hauptabteilungsleiter.

Frankfurt (sja). – Wir freuen uns, seit dem 17. April 2023 einen neuen Hauptabteilungsleiter im Fachbereich IT-Services begrüßen zu können. Mit Herrn Matthias Kiebel hat die Abteilung nun einen neuen Hauptverantwortlichen, der die Bereiche IT-Standortmanagement & Anwendersupport, IT-Infrastruktur und Managed Service sowie IT-Applikationen führt. Herr Kiebel blickt auf langjährige internationale Erfahrungen in leitenden und verantwortungsvollen Positionen im Bereich IT

zurück, zuletzt als Head of Global IT bei der Simona AG. Nun bringt er sein Know-how in die kraftvolle Weiterentwicklung unseres Fachbereiches IT-Services ein.

Wir wünschen Herrn Kiebel einen motivierten und positiven Start in der Unternehmensfamilie, viel Erfolg für die vor ihm liegenden Aufgaben und vor allem jede Menge Rückenwind. Alles Gute!



ATTRAKTIV IM RETRO-DESIGN

Neuer Look für die drei Musketiere – unverändert gut
bleibt der Geschmack.

Dortmund (sja). – Mit einem frisch überarbeiteten Design auf Etiketten, Kronkorken und Verpackungen beginnt eine neue Ära für die Traditionsmarke Wicküler. Wer jetzt ein Wicküler in die Hand nimmt, sieht zwar weiterhin die berühmten drei Musketiere und den prägnanten Schriftzug im bekannten Format sowie die Grundfarben Grün, Rot, Schwarz und Weiß, doch das Gesamtbild wirkt deutlich frischer, klarer, strahlender.

Dabei orientiert sich die neue Optik an einer Retro-Vorlage. Wicküler kehrt somit einerseits ein Stück zu seinen Wurzeln zurück, weil sich die Gestaltung der berühmten Musketiere als unverkennbares Markenzeichen an diese Vorlage anlehnt. Gleichzeitig wird durch die zeitgemäße Interpretation auch das Markenimage verjüngt, so dass zusätzliche Zielgruppen hinzu gewonnen werden können.





„SIE HABEN AUSSERGEWÖHNLICHES GELEISTET ...“

Generationswechsel in den Hauptabteilungen Recht und Personal vollzogen.

Frankfurt/Neu-Isenburg (kle.) – Es war schon eine ganz besondere Stimmung, als die beiden Hauptabteilungsleiter Werner Ludwig (Personal) und Wolfgang Langer (Recht) im Rahmen der diesjährigen Führungskräfteversammlung am 27. April in Neu-Isenburg nach jahrzehntelangem leidenschaftlichem Einsatz für die Radeberger Gruppe von unserer Geschäftsführung nach 19 bzw. 34 Jahren Unternehmenszugehörigkeit in den mehr als verdienten Ruhestand verabschiedet wurden: Mit minutenlangen Standing Ovationen würdigten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zum Tagungsabschluss die große Leistung der beiden verdienten Kollegen, den prägenden Einfluss, den diese unbestreitbar auf unsere Unternehmensgruppe hatten – und natürlich vor allem auch die hoch geschätzten Persönlichkeiten, Kollegen und Freunde, die sich dort auch ein bisschen wehmütig aus unserer Führungsriege verabschiedeten.

Christian Schütz, als kaufmännischer Geschäftsführer der Vorgesetzte der beiden scheidenden Kollegen, fasste es in seiner Laudatio treffend zusammen: „Wir müssen heute zwei Kollegen gehen lassen, die unsere Unternehmensgruppe über viele Jahrzehnte hinweg überaus intensiv geformt und im besten Sinne geprägt haben. Zwei Köpfe, die irgendwie mehr als ‚nur‘ Kollegen waren. Die auf ihre ganz individuelle Art ein integraler Bestandteil unseres Miteinanders waren – und bis heute sind ... und irgendwie auch immer bleiben werden.“ Und er ließ in seinen Ausführungen an der großen Wertschätzung der Geschäftsführung der Radeberger Gruppe für die langjährigen Wegbegleiter keinen Zweifel: „Sie beide haben Außergewöhnliches für unsere Unternehmensgruppe geleistet. Vielen Dank dafür, für großartige und unvergessliche Jahrzehnte mit Ihnen – und für Ihre unbeirrbar Loyaltät, immer treffsichere Exper-



W. Langer



W. Ludwig

tise und unternehmerische Weitsicht, die Ihre Schaffenszeit so eindrucksvoll geprägt haben!"

Aber auch für die beiden Nachfolgerinnen in den frei werdenden Führungspositionen, Susanne Dienelt und Friederike Franke, die sich durch eine langfristige Planung intensiv auf die nun erfolgte Staffelübergabe in der Führung der Hauptabteilungen vorbereiten konnten, hatte Christian Schütz ermutigende Worte zur Begrüßung in ihren neuen Rollen: „Herr Ludwig und Herr Langer mögen große Fußabdrücke hinterlassen – versuchen Sie aber erst gar nicht, Ihre Vorgänger zu kopieren. Gehen Sie Ihren eigenen Weg und bleiben Sie dabei authentisch. Sie bringen alle Voraussetzungen mit, um unsere Unternehmensgruppe zu prägen und Spuren zu hinterlassen. Wir vertrauen auf Sie, vertrauen Sie sich selbst.“

In diesem Sinne begrüßen wir Susanne Dienelt und Friederike Franke ganz herzlich in unserem Kreis der Hauptabteilungsleiter, in dem mit diesem Generationswechsel neben den vielen geschätzten Kollegen nun endlich auch ein paar mehr Kolleginnen tätig sind, wünschen ihnen viel Freude, Erfolg und das immer auch notwendige Quäntchen Fortune bei ihrem Start in ihre neuen anspruchsvollen Aufgaben und Verantwortungsbereiche.

Und sagen noch einmal ganz leise: Tschüss, Wolfgang Langer und Werner Ludwig, schön und wertvoll war die Zeit mit Ihnen – starten Sie gut in diesen neuen Lebensabschnitt ohne Termindruck, Themenfülle und berufliche Verpflichtungen.

Wir werden Sie vermissen ...



(v.l.n.r.) Maximilian Eckert, Brauer- und Mälzer-Auszubildender, und Andreas Schiebl, Leiter Produktion, Freiberger Brauhaus



MIT HERZBLUT DIE ZUKUNFT GESTALTEN

Wie unsere Ausbilder in der Technik mit Wissen, Weitblick und Engagement den Nachwuchssorgen entgegensteuern.

Frankfurt (sja). – „Der beste Weg, die Zukunft vorauszusagen, ist, sie zu gestalten.“ Dieses Zitat von Abraham Lincoln ist aktueller denn je. Besonders, wenn es um das Finden zukunftsorientierter Lösungen geht.

Die Situation auf dem Arbeitsmarkt hat sich in den letzten Jahren deutlich verschärft. Der Fachkräftemangel breitet sich aus. Erschwerend kommt hinzu, dass der Ausbildungsweg für immer weniger junge Menschen attraktiv und erstrebenswert erscheint. Unternehmen fällt es zunehmend schwerer, freie Positionen mit qualifiziertem Nachwuchs zu besetzen. Es gilt die Sicherung des Fachkräftebedarfs im eigenen Unternehmen voranzutreiben. Gefragt ist der Blick nach vorne und ein zukunftsweisendes Handeln.

Wir berichteten in unserer letzten Ausgabe über die Erfolge unserer Auszubildenden, die in einer Projektarbeit zum Thema Nachhaltigkeit erstaunliche Ergebnisse zu Tage förderten, die aktuell unternehmensweit auf Umsetzung geprüft werden. Doch wer steht hinter diesen ambitionierten, klugen Köpfen? 34 Ausbilder, allein im technischen Bereich, kümmern sich

derzeit neben ihrer hauptberuflichen Tätigkeit um unsere Auszubildende. Sie sind Perspektivengeber, Motivatoren, Förderer und Beurteiler. Sie geben ihr breites Wissen und ihre Erfahrung an die nächste Generation weiter. Halten ihr Know-how am Puls der Zeit, um Fachkräfte von morgen auszubilden und damit einen wertvollen Mehrwert zu schaffen.

Andreas Schiebl vom Standort Freiberg ist einer von ihnen. Seit mehr als 25 Jahren bildet er Brauer und Mälzer aus und sitzt gleichzeitig im Prüfungsausschuss. Viele seiner ehemaligen Auszubildenden arbeiten noch heute im Unternehmen. „Es macht mich schon sehr stolz, junge Menschen auf ihrem beruflichen Lebensweg zu begleiten und ihre Entwicklung auch Jahre später noch verfolgen zu können.“

In Radeberg bildet Jens Fischer seit vielen Jahren Mechatroniker aus. Seine Auszubildende gehören oft zu den Jahrgangsbesten. „Junge Menschen tatkräftig zu unterstützen und Potenziale zu erkennen – da ist viel Herzblut dabei.“

Betriebsleiter & Koordinator der technischen Ausbildung, Markus Becke, ist stolz auf die großartige Arbeit, die alle Aus-

Volksfest Cannstatter Wasen 2022 (v.l.n.r.) Til Volmer, Brauer- und Mälzer-Auszubildender (Jever), Markus Becke, Betriebsleiter, Stuttgarter Hofbräu, Luisa Zametzer, Brauer- und Mälzer-Auszubildende (Tucher)

Jens Fischer, Instandhaltung, Radeberger Exportbierbrauerei



bilder im Unternehmen leisten. Im Besonderen aber auch auf die Qualität der Ausbildung, die regelmäßig durch herausragende Prüfungsergebnisse und Auszeichnungen widergespiegelt wird. „Als Ausbilder übernimmt man eine zentrale Verantwortung zur Erfüllung einer gesellschaftlichen Pflicht unseres Unternehmens, aber eben auch für die Gestaltung von Lebenswegen junger Menschen. Dieses Engagement ist nicht selbstverständlich, und den Auszubildenden gebührt Anerkennung und Wertschätzung.“

Gemeinsam mit Robert Adamitza (Betriebsleiter Radeberg) und Christian Schmidt (ehem. Betriebsleiter Jever) bildet er ein Nachwuchsgremium, das sich für Verbesserungen der Ausbildungsstruktur in der Technik einsetzt.

Becke selbst ist ein gutes Beispiel dafür, welche beruflichen Chancen sich nach einer Ausbildung ergeben können. Den Grundstein seiner Karriere legte eine Ausbildung zum Brauer und Mälzer. Mittlerweile zeichnet er neben seiner Rolle als Betriebsleiter u. a. auch für das Projekt „Vita“ verantwortlich. „Vita“ wurde 2021 von Wolfgang Janssen, Hauptabteilungs-

leiter Technik, initiiert. Er selbst engagiert sich maßgeblich für die Weiterentwicklung der technischen Ausbildung. „Ein Ziel ist es, die gruppenweite Zusammenarbeit in diesem Bereich zu stärken. Unsere Auszubildenden können nun zeitweise auch an anderen Standorten arbeiten, um so neue Erfahrungen zu sammeln und ihr Netzwerk auszuweiten.“

Engagierte Ausbilder, nachhaltige Projekte, gut ausgebildete Fachkräfte, und das in einem starken Umfeld – das sind Aussichten, die einen hoffnungsvollen Blick in die Zukunft versprechen.

Informationen rund um unsere Ausbildungsprogramme:

<https://tinyurl.com/AusbildungRG>

Dr. Manuela Richter (Personalentwicklung) führte durch den Tag.



Eine Graphic Recorderin illustrierte vor Ort und in Echtzeit die Beiträge, Kernaussagen und Ergebnisse eines Workshops.



VON EINEM GEMEINSAMEN FÜHRUNGSVERSTÄNDNIS ZU EINER GELEBTEN FÜHRUNGSKULTUR

Was uns in der Zusammenarbeit leitet und woran wir unser Handeln als Führungskräfte ausrichten.

Frankfurt (mri). – Respekt, Ehrlichkeit, Vertrauen. Diese oder ähnliche Eigenschaften und sozialen Normen prägen unser Miteinander sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext. Sie beeinflussen nicht nur, wie wir uns entscheiden und verhalten, sondern auch, wie wir unsere Beziehungen gestalten, sei es zu Kolleginnen und Kollegen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Vorgesetzten, Kunden oder Partnern. Und an diesem „Wie“ sind Führungskräfte maßgeblich beteiligt. Sie schaffen die Voraussetzungen, unter denen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter optimale Leistungen erbringen können und auch wollen, und legen auf diese Weise den Grundstein für den unternehmerischen Erfolg.

Doch sind es auch diese Eigenschaften, die die Radeberger Gruppe von ihren Führungskräften erwartet, um in Zukunft

erfolgreich zu sein? Zur Beantwortung dieser Frage haben wir uns auf eine spannende Reise begeben. Wissenschaftliche Erkenntnisse wurden gesichtet, Experten und Führungskräfte befragt, arbeitsintensive Workshops und kritische Diskussionsrunden mit Vertreterinnen und Vertretern aller Bereiche und Abteilungen durchgeführt, um schließlich zu einem Ergebnis zu gelangen, auf das wir stolz sein können: die Führungsleitlinien der Radeberger Gruppe.

Diese neun Führungsleitlinien geben unseren Führungskräften aller Ebenen einen Rahmen und bilden die Grundlage für ein gemeinsames Führungsverständnis in der Radeberger Gruppe. Sie beschreiben, welches Führungsverhalten erwünscht, ja sogar gefordert ist, und geben auf diese Weise sowohl Führungskräften („Was wird von mir als Führungskraft erwartet?“)



*In Kleingruppen erarbeiteten die Führungskräfte, wie sich die Leitlinien konkret in ihrem Führungsalltag umsetzen lassen, und reflektierten dabei ihr eigenes Führungsverhalten.
(v.l.n.r.) Toni Kirsche, Nils Robert Martin Stobbe und Sascha Tobis*

als auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern („Was darf ich von meiner Führungskraft erwarten?“) Sicherheit und Orientierung. Um ein Beispiel zu nennen: So bedeutet „Verantwortung übernehmen“ nicht nur, Entscheidungen zu treffen und diese konsequent umzusetzen, sondern auch, Verantwortung an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend ihren Fähigkeiten und Erfahrungen zu übertragen.

Nach der Theorie folgt die Praxis. Damit die Führungsleitlinien auch zu einer gelebten Führungskultur werden können, müssen sie nachhaltig im Führungsalltag verankert werden. Im Sommer 2022 fiel deshalb der Startschuss für eine Workshop-Rundreise („Roadshow“), um die Leitlinien systematisch auszurollen. Zunächst fand ein digitaler Kick-off statt, in dem alle Führungskräfte auf einen gemeinsamen Wissensstand gebracht und über den Hintergrund und die neuen Leitlinien informiert wurden. Anschließend hat sich das Team der Personalentwicklung, be-

stehend aus Dr. Manuela Richter, Viola Auel und Annika Esaias, auf den Weg in die verschiedenen Regionen gemacht, um vor Ort mit den Führungskräften in einen Austausch zu treten. Acht Workshops später sind 200 Führungskräfte aller Fachbereiche und Standorte dem Angebot gefolgt: In Berlin, Dortmund, Frankfurt und Radeberg sowie in mehreren Online-Workshops haben sie mit viel Freude und Engagement die Bedeutung von guter Führung vertieft, Fallbeispiele diskutiert, ihr eigenes Führungsverhalten reflektiert und sich von den Ideen und Best Practices ihrer Kolleginnen und Kollegen inspirieren lassen. Die Roadshow ist beendet, doch sind wir auch fertig? Bei Weitem nicht. Der erste Schritt ist getan, doch die Weiterentwicklung unserer Führungskultur ist ein stetiger Prozess. Weitere Angebote zum Auf- und Ausbau der Führungskompetenzen werden folgen. Doch zunächst heißt es für jeden Einzelnen: dranbleiben und Führung ganz bewusst gestalten.



EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN IN RICHTUNG ZUKUNFT

Das Gap Year Programm der Oetker Gruppe
bietet spannende Einblicke in unsere Unternehmenswelt.

Frankfurt (sja). – Das Gap Year Programm der Oetker Gruppe ermöglicht Studenten mit Bachelorabschluss, vor Beginn ihres Masterstudiums eine kleine „Auszeit“ vom Studieren zu nehmen und schon mal Praxisluft zu schnuppern. Jedes Jahr im Oktober startet das zehntonatige Programm, das zwei fünfmonatige Praktika in ausgewählten Unternehmen innerhalb der Unternehmensgruppe beinhaltet.

Eine Win-win-Situation: Die Praktikanten haben die Möglichkeit, sich beruflich zu orientieren, vielfältige Einblicke und Erfahrungen im Arbeitsalltag zu sammeln. Die Unternehmen haben die Chance, Talente frühzeitig zu erkennen und für sich zu gewinnen. Dass diese Rechnung aufgeht, bestätigt das durchweg positive Feedback aus den verschiedenen Fachbereichen, die eine hohe Einsatzbereitschaft und eine ausgeprägte Motivation der Teilnehmer erfahren.

Ein regelmäßiges Highlight während der Praktika sind die virtuellen Networking Events, die – trotz geografischer Distanz der

Standorte – einen spannenden Austausch zwischen den Nachwuchskräften untereinander ermöglichen. Ausgerichtet werden diese Veranstaltungen abwechselnd von den teilnehmenden Gruppenunternehmen.

Im März dieses Jahres war die Radeberger Gruppe virtueller Gastgeber, und das HR-Team organisierte, zusammen mit anderen Abteilungen, im Rahmen dieses Events ein „Blind Beer Tasting“.

Alle Teilnehmer erhielten vorab ein Überraschungspaket mit drei nicht etikettierten Bieren, deren Marken es zu erraten galt. Versorgt mit theoretischem Hintergrundwissen zum Brauprozess wurden diese dann gemeinsam verkostet und in einem Bierverkostungsbogen bewertet. Den Gewinnern winkte anschließend ein kleines Geschenk.

Im Anschluss an dieses Erlebnis waren sich alle einig: Das muss wiederholt werden – denn so schmeckt die Zukunft.



FRISCHES DESIGN UND INNOVATIVE IDEEN

Beim GoLive überzeugt das neue Lagerverwaltungssystem auch mit einer 3D-Ansicht in Echtzeit.



Jever (mgo/sja). – Nach einer Entwicklungszeit von mehr als drei Jahren wurde im Juni 2022 das neue Lagerverwaltungssystem (LVS) der Radeberger Gruppe im Friesischen Brauhaus zu Jever in Betrieb genommen.

Diese Eigenentwicklung der Radeberger Gruppe wurde durch ein Experten-Team aus IT und Logistik in enger Zusammenarbeit erstellt und gestaltet Logistikprozesse noch effizienter. Unter Anwendung neuester Technologien und moderner agiler Methodik ist eine Software entstanden, die zentral in einer Cloud-Plattform unseres IT-Dienstleisters OEDIV betrieben und durch die Anwender vollständig im Internet-Browser bedient wird. Neben einem frischen Design und vielen innovativen Ideen, die in das System eingeflossen sind, beeindruckt vor allem auch der neue 3D-Logistik-Leitstand. Hier werden alle Lagerplätze und sogar jede einzelne Palette im Lager in einer 3D-Ansicht in Echtzeit dargestellt. Der Anwender sieht so auf einen Blick, wo sich

welche Ware, in welcher Menge und mit welchen Eigenschaften befindet und wo noch freie Plätze zur Verfügung stehen. Ebenso stehen dem Leitstand an dieser Stelle optional weitere Funktionen zur operativen Steuerung des Lagers zur Verfügung. In den letzten Monaten wurde das LVS in den Betrieben in Schortens, Leipzig, Krostitz, Radeberg und Freiberg eingeführt. Derzeit wird das System um zusätzliche Funktionen erweitert und für den Einsatz in den GFGH-Betrieben der DrinkPort adaptiert. Weitere Inbetriebnahmen in Bischofsheim und erstmalig an einem GFGH-Standort sind in diesem Jahr noch geplant.

Wir gratulieren dem LVS-Team in IT und Logistik zu dieser großartigen Leistung und freuen uns auf weitere spannende Neuerungen. Weiterhin viel Erfolg bei der Entwicklung und dem Rollout des Lagerverwaltungssystems!

Content-
Produktion
für Freiberger
Pilsner



Das Leipziger Team bei einer Brauereiführung im Freiberger Brauhaus.



GANZ NAH DRAN – ONLINEDIALOG ERÖFFNET NIEDERLASSUNG IN LEIPZIG

Social-Media-Unterstützung für die sächsischen Marken der Radeberger Gruppe.

Leipzig (dt). – OnlineDialog, unser Schwesterunternehmen und unsere Agentur für digitale Kommunikation und Social Media, eröffnet einen neuen Standort, um noch näher bei ihren Kunden, insbesondere unseren regionalen Brauereien, zu sein. „Unser neues Büro in Leipzig markiert einen wichtigen Meilenstein für OnlineDialog. Neben unseren Büros in Düsseldorf und Berlin freuen wir uns, nun auch in Sachsen eine Dependence und ein schlagkräftiges Team zu haben“, erklärt Danny Trapp, Geschäftsführer von OnlineDialog.

Die Agentur hat sich für diesen Schritt entschieden, um nun auch vor Ort für die sächsischen Marken der Radeberger Gruppe im Einsatz sein zu können. „Unser Herz schlägt für Radeberger, Ur-Krostitzer und Freiberger, die wir unterstützen dürfen – wir wollen die Marken mit richtig viel Power vor Ort unterstützen“, freut sich Claudia Heldt, Standortleiterin Leipzig bei OnlineDialog, über die neue Aufgabe.

Auch Marco Domogalski, Geschäfts- und Marketingleitung der

Radeberger Exportbierbrauerei, sieht der effektiveren Unterstützung bei der Umsetzung von innovativen und zielgerichteten Marketingstrategien positiv entgegen. „OnlineDialog ist schon seit Jahren unser professioneller Partner für Social-Media-Marketing – umso mehr freuen wir uns, dass die Agentur nun auch in der Herzkammer der Radeberger Gruppe vor Ort präsent ist.“ Der neue Standort verfügt zum Start über ein Team von sechs engagierten Mitarbeiterinnen. Durch die enge Zusammenarbeit mit den zuständigen Teams der Radeberger Gruppe kann OnlineDialog maßgeschneiderte Lösungen entwickeln, die den individuellen Anforderungen der Marken gerecht werden.

Die Radeberger Gruppe setzt mit ihren Marken verstärkt auf digitale Kommunikation, um mit ihren Konsumenten in Kontakt zu treten und eine starke Markenbindung aufzubauen. OnlineDialog ist stolz darauf, die Unternehmensgruppe als strategischer Partner dabei zu unterstützen und innovative Lösungen anzubieten, um den digitalen Erfolg der Marken weiter voranzutreiben.



AUFGEPASST ... HIER KOMMT DIE GEN Z!

Sie ist eine Zielgruppe, die vieles verändert.
Sie zu begeistern, umso herausfordernder.

Frankfurt (rgo). – Dabei ist die Gen Z, wie die heute 18+-Jährigen bezeichnet werden, für Markenanbieter hochattraktiv. Kaufkräftig. Experimentierfreudig. Selbst etwas so vermeintlich Traditionelles wie ein Bier-Mix kann durchaus bei ihr punkten. Vorausgesetzt, er weckt die richtigen Emotionen. Cyberz tritt den Beweis an, dass dies gelingen kann. Denn unsere neue Marke wurde von der Gen Z für die Gen Z entwickelt – vom Namen über das Design bis zum Auftritt. Wer könnte ihr Lebensgefühl schließlich besser verstehen und in einem Produkt umsetzen als die Zielgruppe selbst? Seit wenigen Wochen sorgt Cyberz für frischen Wind im Getränkemarkt, passend zum Marken-Motto „Turn up your Flavour“. Inspiriert von angesagten Drinks, gibt es zwei Sorten: Cyberz Limez erinnert dank süß-saurem Limetten-Geschmack an Caipirinha. Cyberz Berryz überzeugt mit fruchtiger Waldbeeren-Note vor allem Wild-Berry-Fans. Klar und modern ist auch das

Etiketten-Design: Sein Neon-Look rundet den goldgelben oder intensiv roten Inhalt der Drittelliterflaschen ab. Im Schwarzlicht leuchten die Etiketten sogar in grellem Grün oder Pink. Und die Vermarktung? Ist genauso besonders. Vor allem, weil die Gen Z in durchschnittlich nur acht Sekunden entscheidet, ob sie einem Produkt überhaupt Aufmerksamkeit schenkt – oder auch nicht. Eine echte Hürde! Eine, die Cyberz nehmen will. Mit einem kurzen, knackigen Spot, vor allem digital ausgespielt. Mit Werbung und Samplings in passenden Umfeldern. Mit Plakaten und POS-Aktivitäten. Überall dort, wo die Gen Z unterwegs ist. Doch ob „Team Limez“ oder „Team Berryz“: Cyberz ist in jedem Fall der ideale Begleiter beim Start in verheißungsvolle (Party-) Nächte.





GEMEINSAM NACHHALTIG HANDELN

Unter diesem Motto ist Anfang des Jahres der erste Nachhaltigkeitsbericht der Radeberger Gruppe veröffentlicht worden.

Frankfurt (cba). – Es ist vollbracht! Über ein Jahr hat das 14-köpfige Team rund um Nachhaltigkeitsverantwortlichen Peter Christian Gliem daran gearbeitet, Daten und Informationen aus elf Fachbereichen zusammen-zutragen, und im Januar dieses Jahres war es dann so weit: Der erste Nachhaltigkeitsbericht unserer Unternehmensgruppe, der die Berichtsjahre 2019 bis 2021 umfasst, wurde online veröffentlicht.

Damit haben wir es nun geschafft, unsere bestehenden und auch geplanten Nachhaltigkeitsinitiativen in einem Bericht zusammenzufassen. Denn auch wenn die Veröffentlichung eines solchen Berichts erst in diesem Jahr erfolgt ist, so begleitet uns das Thema Nachhaltigkeit schon seit vielen Jahren. Insbesondere in den Bereichen Technik, Einkauf, Logistik und Personal gibt es schon lange diverse Maßnahmen und Projekte, die nachhaltiges Handeln in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales zum Ziel haben. Es wurde also Zeit, auch darüber

zu sprechen und diesen wesentlichen Meilenstein zu erreichen. „Neben den bestehenden Initiativen ist ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Berichts unser neu entwickeltes Nachhaltigkeitsprogramm, in dem unsere Ziele festgehalten sind und das als Leitlinie für unser zukünftiges Handeln dienen soll“, erklärt Peter Christian Gliem. „Dabei haben wir die für uns wichtigsten Ziele festgelegt: das Wirken in der Lieferkette und die Dekarbonisierung unserer eigenen Standorte.“

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht haben wir einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltigen Ausrichtung unserer Unternehmensgruppe erreicht. Zu finden ist er unter: nachhaltigkeit.radeberger-gruppe.de. Regelmäßiges Vorbeischauen lohnt sich, denn dort werden zukünftig neben dem aktuellen Bericht auch regelmäßig News der Unternehmensgruppe aus dem Bereich Nachhaltigkeit zu finden sein.



Besuch bei der Firma Florida Eis in Berlin-Spandau

HEUTE ENTSCHEIDEN, WAS MORGEN ZÄHLT

Nachhaltigkeit geht uns alle an und beginnt bei jedem Einzelnen – Getränke Hoffmann baut auch hier seine Position als Vorreiter aus.



Groß Kienitz (sja/mb). – Das Thema Nachhaltigkeit spielt bei Getränke Hoffmann schon lange eine Rolle: Mit der Einführung eines Energiemanagementsystems nach ISO 50001 im Jahr 2016 und einer aktuellen Mehrwegquote von 92 Prozent wurden erste Weichen gestellt. Der Startschuss fiel dann 2021 mit der Einführung eines strategischen Nachhaltigkeitsmanagements. In den Bereichen Wirtschaft, Umwelt und Soziales werden nun jährlich Maßnahmen und Ziele festgelegt. Das erste Maßnahmenprogramm inklusive Kennzahlen wurde 2022 in einer Nachhaltigkeitsbroschüre veröffentlicht.

Die Top drei Nachhaltigkeitsthemen sind: nachhaltigere Sortimentsgestaltung, Kreislaufwirtschaft und Energie-/Klimamanagement.

Geschäftsführer Mario Benedikt sah früh die Chancen: „Nachhaltigkeit ist mehr als nur Mehrweg zu vermarkten. Mit der Etablierung des Managements bei uns als Vorreiter in der Getränkefachmarktbranche wollen wir Nachhaltigkeit ganz-

heitlicher betrachten. Und einen Benchmark bei Verbrauchern setzen sowie uns zukunftsfähig aufstellen.“

Das interne Nachhaltigkeitsboard, bestehend aus Geschäftsleitung und Führungskräften, trägt die Verantwortung für die Integration der zukunftsorientierten Themen in die Abteilungen. Maria Blume, Leitung Nachhaltigkeit, und Jenny Broberg, Referentin Nachhaltigkeit, steuern die Maßnahmen, beraten und geben Anregungen zu dem umfangreichen Thema.

Alle drei Monate treffen sich die Mitglieder, und einmal jährlich findet eine Best-Practice-Exkursion zu einem Lieferanten statt. 2022 war das der Besuch bei der Firma Florida Eis in Berlin-Spandau, die eine CO₂-neutrale Eisproduktion vorweisen kann. „Es geht darum, sich zu vernetzen und Synergien zu nutzen“, so Maria Blume. „Zurzeit führe ich intensive Gespräche mit externen Stakeholdern über neue Kooperationen und Wissenstransfer. Allein sitzen wir auf verlorenem Posten. Nachhaltigkeit ist ein gemeinschaftliches Ziel, zu dem alle einen Beitrag leisten.“



Staffelübergabe erfolgt: Sven-Matti Kamann übernimmt von Wolfgang Welter (v.l.n.r.)



GENERATIONSWECHSEL IN DER KROSTITZER BRAUEREI

In dem Jahr, als Wolfgang Welter Geschäftsführer in der Krostitzer Brauerei wurde, ist sein Nachfolger zur Welt gekommen. Ab Mai hat Marketingleiter Sven-Matti Kamann als Geschäftsführer den Staffelstab übernommen.

Krostitz (zek). – Insgesamt 33 Jahre hat Wolfgang Welter die Geschicke der Krostitzer Brauerei geprägt und geleitet. Seine Anfänge zu Beginn der 90er-Jahre waren nicht einfach, denn der Markt war kaum geregelt und heiß umkämpft. Wolfgang Welter weiß viele Geschichten zu erzählen: „Ich kam nach Krostitz mit dem Auftrag, Vertriebsstrukturen für die Marken unserer Brauereigruppe aufzubauen. Gastronomieerfahrungen hatte ich, aber im damaligen Leipziger Markt waren gleichzeitig 134 Brauereien aktiv.“ Vom stürmischen Anfang in der Leipziger Gastroszene ist die Rede und von Vertriebsentscheidungen quasi im Alleingang. Der gebürtige Trierer krepelte die Ärmel hoch und stellte sich dem Wettbewerb und der Herausforderung. Wolfgang Welter blieb in Krostitz und erwies sich mit sicherem Gespür für Entscheidungen und Durchsetzungskraft als der

richtige Mann an der Spitze der Brauerei. Drei Jahrzehnte war er unermüdlich für Marke und Standort unterwegs. Wolfgang Welter behielt Kleinigkeiten ebenso im Auge wie das große Ganze. „Es war nicht immer ein Zuckerschlecken, aber kampflös aufgeben kam nie in Frage.“

Was bleibt, ist die Tatsache, dass die Brauerei sich unter Welters Führung zu einem erfolgreichen Unternehmen entwickelt hat, das die Hektoliter-Millionenmarke schon längst geknackt hat. Ur-Krostitzer ist Marktführer in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen und über die letzten Jahre betrachtet eine der erfolgreichsten Marken der Radeberger Gruppe und im deutschen Biermarkt überhaupt. „Teamarbeit“, betont Wolfgang Welter in der ihm eigenen direkten Art: „Alleine ist man niemals so stark wie in einem Team.“



Anstoßen auf einen guten Start, (v.l.n.r.) Toni Kirsche (Verkaufsdirektor Gastronomie), Wolfgang Welter, Sven-Matti Kamann



Das neue Gesicht der Krostitzer Brauerei ist Sven-Matti Kamann.

Auch die Vorbereitung der Staffelstabübergabe war echte Teamarbeit, denn Nachfolger Sven-Matti Kamann arbeitet seit 2015 in der Krostitzer Brauerei, ist als Marketingleiter bereits bestens vernetzt und hat seine fachliche Kompetenz nachdrücklich bewiesen. „Ich habe großen Respekt vor der Herausforderung, freue mich aber auch darauf. Die Brauerei bietet ein tolles Produkt, das Leidenschaft verlangt. Ich brenne für die Marke und den Standort und fühle mich angekommen.“

Sven-Matti Kamann ist gebürtiger Leipziger. Das Studium trieb ihn kurz nach Finnland, erste Berufserfahrungen führten nach Wolfsburg. Doch die Heimatverbundenheit ließ ihn nach Leipzig zurückkehren. „Zukunft braucht Herkunft – das Credo der Brauerei passt auch für mich“, betont Kamann. „Ich bin hier aufgewachsen, habe Fußball und Badminton gespielt und mit meinen Geschwistern im Trio musiziert. Es war eine Schule fürs Leben, und mir wurden viele Werte vermittelt. Das verbindet mich mit meiner Heimat.“ Ähnlich vielseitig ist auch Ur-Krostitzer in der Region verwurzelt. Vom lokalen Kaninchenzüchterverein über große und kleine Stadtfeste bis hin zum Fußball-Bundesligisten – mit dem Produkt und der Marke aus Krostitz identifizieren sie sich alle. Kamann weiß um die Verantwortung,

dieses Netzwerk der Partnerschaften und Kontakte zu pflegen und weiter auszubauen. „Kontinuität sehe ich als Hauptaufgabe“, bestätigt er. „Wir wollen die Tradition unserer Brauerei erhalten und auch in Zukunft sowohl für Kunden als auch für unsere Mitarbeiter ein verlässlicher Partner sein.“

Die aktuellen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen gehen dabei natürlich auch an der Brauerei nicht spurlos vorbei. „Die Krisen der letzten Jahre haben die Menschen und die Markenlandschaft merklich geprägt“, verrät Kamann. „Auch unser tägliches Arbeiten hat sich verändert. Wir dürfen uns auf unserem Wachstum nicht ausruhen, sondern müssen den Finger am Puls der Zeit behalten. Dafür braucht es ein starkes Team!“

Wolfgang Welter ist jedenfalls mehr als zufrieden mit seinem Nachfolger: „Ich habe in den 33 Jahren viele Strategie- und Strukturwechsel erlebt. Veränderungen und auch Generationswechsel gehören dazu. Ich bin ganz sicher, dass wir mit Sven-Matti Kamann jemanden gefunden haben, der mit Respekt, Leidenschaft und Visionen die Marke und die Brauerei weiter nach vorn bringen wird.“



Fotos: The Marmalade Studios



Die Hauptdarsteller sind bereit für die Aufnahme.



Finetuning für das beste Ergebnis



DIE (FAST) NATÜRLICHE SCHÖNHEIT DER GRAPEFRUIT

Einen Biermix erlebbar machen? Kein Problem, wenn die Hauptdarstellerin top aussieht.
Beim Schöffelhofer-Dreh wurde die Grapefruit gekonnt in Szene gesetzt.

Frankfurt (neu). – Auch bei einer Naturschönheit muss ab und zu nachgeholfen werden. So wie bei der Grapefruit, dem Star im neuen TV-Spot für den Schöffelhofer Weizen-Mix. Die Arbeit mit der Zitrusfrucht ist kein Zuckerschlecken. Das Problem: Echte Pampelmusen-Schönheiten sind im Handel kaum zu finden. Die Lösung: Eine Baumschule in Drehort-Nähe. Diese liefert perfekte Exemplare, allerdings nackte. Kein Blatt schmückt das Obst. Kurzerhand wird das Grün an die perfekten Rundungen befestigt, die Grapefruit ist fertig für die Aufnahme! Das Früchtchen steht im Fokus einer aufwendigen Produktionsszenierung, etwas steif „Neue Bewegtbildkommunikation 2023“ genannt. Das Schöffelhofer-Team möchte die Grapefruit im Weizen-Mix zum Objekt der Begierde machen, den fruchtig-herben Geschmack, eiskalten Genuss und die Erfrischung hervorheben. Dazu schnelle Schnitte und moderne Musik, um die junge Zielgruppe zu erreichen. Eine renommierte Hamburger Filmproduk-

tionsfirma nimmt die Herausforderung an, auf den Kameramann wartet die aufgehübschte Grapefruit aber vergeblich. Stattdessen übernimmt ein Roboter die Kameraarbeit. SPIKE (High Speed Motion Control System) nennt sich die neue Technik, mit der bei der Produktion rasante Fahrten und Zooms perfekt umsetzbar sind. Technik, die mit dynamischen Schnitten und tollen Bildern Lust auf mehr macht. Auch wenn an den zehn Drehtagen einige Herausforderungen warten, überrascht zeigt sich das Dreh-Team vor allem von der benötigten Biermenge. Der Aufwand hat sich gelohnt. Die in Szene gesetzte Grapefruit verkörpert mit ihren inneren Werten maximalen Geschmack und Erfrischung. Das Ende des Spots mit dem neuen Claim könnte passender gar nicht sein: „So schmeckt Lebensfreude!“



WIEDERERÖFFNUNG TORWIRTSCHAFT GROSSER GARTEN

Das neue „Wohnzimmer“ für Radeberger Pilsner.

Radeberg (hwa). – Einer der legendärsten Biergärten Dresdens öffnete im Mai feierlich seine Pforten. Radeberger lud gemeinsam mit der Gastro-Service-Mittelsachsen, einem unserer Schwesterunternehmen, zum Brunch; Fassanstich, sächsische Spezialitäten und musikalische Unterhaltung inklusive. Nach der Renovierung finden 900 Gäste ausreichend Platz. Wer

mit dem ganzen Freundeskreis einkehren möchte, der bekommt mit etwas Glück den neuen Radeberger Stammtisch. Der massive, fünf Meter lange Holztisch bietet Sitzplätze für 34 Personen. Von Mittwoch bis Freitag fließt es ab 14.00 Uhr aus den Zapfhähnen, an Wochenenden und Feiertagen bereits ab 11.00 Uhr.



Foto: Forchheimer Bierkönigin Luisa I.

DAS IST DIE KRÖNUNG

Forchheim (rgo). – Sie hält das Zepter fest in der Hand: Luisa Zametzer. Nicht nur als Forchheims neue Bierkönigin Luisa I. Das mit Hopfen gekrönte Haupt hat auch das Geschehen am Sudkessel im Griff: Als angehende Brauerin & Mälzerin der Tucher Privatbrauerei kennt sich die 20-Jährige mit der fränkischen Braukultur bestens aus, um sie bei ihrer bis April 2025 laufenden Amtszeit zu repräsentieren.



ÜBER DEN ALPEN SCHWEBEN

Allgäu (neu). – Majestätisch schwebt er über das Allgäu und sorgt immer wieder für Faszination: der Allgäuer Buble Ballon. Auch im Handel zieht der Bierbotschafter der Lüfte mit TOP-Platzierungen und einem Gewinnspiel die Blicke auf sich. Nach der Teilnahme über einen QR-Code winkt eine Fahrt mit dem Heißluftballon im Zeichen des Allgäuer Buble. Dann heißt es getreu dem Ballonfahrergruß: Glück ab und gut Land!



UMTRIEBIG, UNENTWEGT, UNBEIRRT

Manch findiger Geist hat die (Bier-) Welt verändert.

Auch in unserer Unternehmensfamilie haben willensstarke Persönlichkeiten große Fußspuren hinterlassen, obwohl sie klein angingen.

Dortmund/Düsseldorf/Jever (rgo). – Stockdunkel ist es. Zweimal hat die Kirchenglocke gerade geschlagen. Doch halt, in einem Hinterhof schimmert bereits Licht. Der Blick durchs Fenster fällt auf einen jungen Burschen. Mühevoll knetet er Teiglaibe, die er in den Ofen schiebt. Bis der Hahn kräht, sollen sie fertig sein. Doch immer nur kleine Brötchen backen? Während wenige Straßen weiter das Leben tobt? Das will er nicht mehr. Entschlossen gründet er sein eigenes Brauhaus inmitten der Düsseldorfer Altstadt, auf der Ratinger Straße, im Volksjargon als „Retematäng“ bekannt. Den Namen verdankt sie der Legende nach Napoleon. Als der Kaiser eines frühen Morgens durch die Gasse reitet, sind bereits Dutzende Wirtschaften geöffnet. „Rue du matin“ („Straße des Morgens“) ruft er begeistert. „Wat hat dä jesah?“ , fragen die Passanten, „Retematäng?“ und amüsie-

ren sich königlich. Der Ort des Geschehens wird noch heute so genannt, und auch des Bäckerburschen Bier ist hier zu Hause: Schlösser Alt, das ein rundes Jubiläum feiert. Weil sein Namensgeber vor 150 Jahren ein Wagnis einging und sich mit seiner frisch-würzigen Brauhaus-Spezialität gegen zahlreiche Konkurrenten durchsetzte.

Ganz anders, aber nicht minder zielstrebig sitzt zu dieser Zeit ein anderer bereits fest im Brauereisattel. Schon bei seinen Lehr- und Wanderjahren durch Europa schaufelt sich der Sohn eines Land- und Gastwirts viel Bierwissen drauf. Zurück im Revier, wird er mit erst 22 Jahren Gründungsbraumeister der späteren Dortmunder Union Brauerei. Er ist nicht nur ebenso ehrgeizig wie Bäckerbursche Schlösser. Dank Umsatzbeteiligung am Bierverkauf gilt er als seinerzeit bestverdienender angestellter





Braumeister weit und breit. Sein eifriges Wirken geht jedoch weit über den eigenen Sudkessel hinaus.

Als erster Braumeister Deutschlands entwickelt er den Verkauf von Hefe im großen Stil. Revolutionär aber ist seine helle, untergärige Innovation – regional üblich sind Ende der 1880er-Jahre obergärige oder dunkle, untergärige Lagerbiere. Dieser Sud macht ihn zu einem der Schöpfer des hellen Dortmunder Bierstyps, auf dessen Grundlage er seine „No. 1“ entwickelt. Spätestens jetzt dürfte klar sein, von wem die Rede ist: Fritz Brinkhoff. Als er vor 175 Jahren das Licht der Welt erblickt, macht rund 300 Kilometer nördlich ein König den Anfang. Genauer: Diedrich König. Als er sein Brauhaus gründet, gibt es in der Umgebung bereits mehr als zwanzig kleine Braustätten. Der Braumeister glaubt trotzdem fest daran, dass sein Bier etwas ganz Besonders ist, und er sollte Recht behalten.

Richtig Fahrt nimmt die Entwicklung des dörflichen Ausschanks mit Nachfolger Theodor Fetkötter auf. Hartnäckig setzt er wegweisende Ideen um. Fünf an der Zahl sind es: Mit Wüschelrute unterwegs – was bei Zeitgenossen die Köpfe schütteln lässt –, entdeckt er eine Quelle mit besonders reinem, weichem Wasser. Er legt die erste Wasserleitung für Brauhaus und Stadt. Sein Bier füllt er in grüne statt braune Flaschen. Die liefert er mit Pferdefuhrwerken direkt bis zu den Kunden. Und er schaltet Anzeigen, als Werbung noch in den Kinderschuhen steckt.

Sein Augenmerk auf Rohstoffe und Technik, Verpackung, Vertrieb und Vermarktung legte den Grundstein für eine der bekanntesten Brauereien Deutschlands: das Friesische Brauhaus zu Jever. Dessen Biere führende Positionen erobert haben. Wenn das kein Grund zum Anstoßen ist auf ihre Gründergeister – und auf 175 Jahre Jever!



Werbemittel in Gastronomie und Handel



DAMIT DIE KASSE KLINGELT

Sie ist ein Gewinn, die Alt-Kult-Tour: Beteiligten Gastronomen und Getränkehändler brachte sie frische Impulse. Vor allem aber Gäste und Kunden.

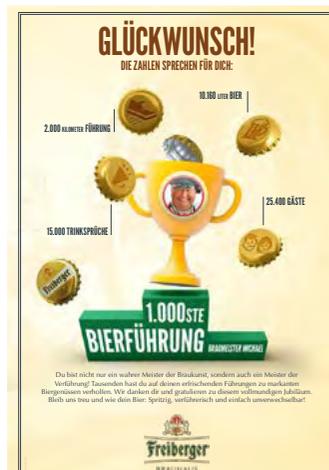
Düsseldorf (rgo). – 15 Kneipen, 15 Bands, 15 Livepartys: Mit der Alt-Kult-Tour lockte Schlösser Alt viele Musikbegeisterte zu Partnerwirten. „Bei freiem Eintritt“, so Daniela Balduin, Brand Managerin Rheinland. „So blieb mehr Geld im Portemonnaie, um sich das eine oder andere Schlösser Alt zu gönnen.“ Wobei das erste Glas gerne aufs Haus ging. Dafür sorgte die Verknüpfung der Gastronomie- mit einer Handelsaktion. Bei im örtlichen Handel gekauften Kästen Schlösser Alt gab es einen Verzehrgutschein gratis dazu, einlösbar bei allen Terminen der Alt-Kult-Tour. Daniela Balduin: „3.000 Kastenzugaben gingen über den Ladentisch.“ Zusammen mit den Werbemitteln für Handel und Gastronomie wie limitierten T-Shirts war's ein löwenstarker Auftritt für Schlösser Alt. Einer, der die Kasse klingeln ließ ...

1.000STE TOUR ZUR FREIBERGER BIERGESCHICHTE

Braumeister Michael feiert vollmundiges Jubiläum.

Freiberg (ber). – „Bier ist ein christliches Getränk – und wenn die Frau am Abend das Bier aus dem Keller holt, ist das ein Akt christlicher Nächstenliebe.“ Seit seinem Debüt 2011 hat Braumeister Michael mit diesem und weiteren 15.000 oftmals mit einem Augenzwinkern versehenen Trinksprüchen, 2.000 gelaufenen Kilometern und 10.160 Litern Bier, die er und seine ins-

gesamt 26.000 Gäste gemeinsam genossen haben, mit auf eine heitere Reise durch die Freiburger Stadt- und Biergeschichte genommen – und das bereits zum 1.000. Mal. Grund genug, die Plätze für diese Jubiläumsführung in den sozialen Netzwerken zu verlosen, denn auch dort ist er mittlerweile zum Markenzeichen der Brauerei geworden.



Aufnahme einer neuen Folge des Binding Podcasts



Lichter Filmfest

Paulskirchenfest

VON AUSSERGEWÖHNLICHEN ORTEN UND MENSCHEN

Binding hat in diesem Jahr einiges auf der Agenda.

Dabei führen manche Wege an besondere Orte. Oder zu Menschen, die freimütig über ihr Leben plaudern.

Frankfurt (neu). – Oft ziehen uns besonders einsame Orte mit ihrer geheimnisvollen und magischen Atmosphäre in ihren Bann. Man stelle sich nun vor, dass Zuschauer an solchen Orten Filmkunst genießen. Ob in leerstehenden Bürogebäuden, einem aufgegebenen Kino, auf den Dachterrassen Frankfurter Hochhäuser oder im Innenhof eines verlassenen Polizeipräsidiums. Der Verein Lichter Filmkultur macht hier Kinogenuss möglich, schafft temporäre Kulturorte und wurde für diesen Einsatz zum Preisträger des Binding-Kulturpreises 2023 gewählt.

Weder temporär noch sich selbst überlassen ist hingegen der Kulturort Paulskirche. Hier wird der Binding-Kulturpreis verliehen. Und hier war Binding in diesem Jahr auch als exklusiver Bierpartner des Paulskirchenfestes „Wir feiern 175 Jahre Deutsche Nationalversammlung“ dabei. Die Paulskirche gilt seit Gründung der Nationalversammlung als wichtigster Schlüsselort unserer Demokratie. Mit 40.000 Bierdeckeln und dem Logo des Pauls-

kirchenfestes sowie mehreren Ausschankwagen war Binding vorab in der Gastronomie und auf der viertägigen Veranstaltung präsent. Auch eine Folge des Podcasts Binding Buddies widmete sich dem Fest.

Doch all diese Orte, Jubiläen und Preisverleihungen wären nichts ohne die Menschen, die Teil davon sind. So wie diejenigen Frankfurter und Frankfurt Liebhaber, die am Mikrofon sitzend aus dem Nähkästchen plaudern und dabei ihre Liebe zum Bier gestehen. Seit dem Start des Podcasts Binding Buddies im April 2022 hatte Moderator Tobi Kämmerer viele davon zu Gast. Was den erfolgreichen Podcast ausmacht? Das sind die privaten Einblicke in das Leben der bekannten Gäste. Und manchmal ist es die Hintergrundatmosphäre der Aufnahmen. Da hört man: Binding ist nicht nur auf dem wuseligen Weihnachtsmarkt dabei, es kann auch das Wohnzimmer eines Binding Buddies sein.





Überprüfung der Schankanlage Gelebte Tradition: der Sechserzug des Allgäuer Brauhaus

Maßanfertigung der Trachten-Kleidung

Fotos: Ralf Lienert



SIEBEN STARKE RÖSSER FÜR DEN SECHSERZUG

Fritz, Gustl, Josef, Lore, Luis, Max und Mädi bewahren immer ruhig Blut.
Auch bei den Vorbereitungen und Proben für den Sechserzug vom Allgäuer Brauhaus.

Allgäu (neu). – Warum braucht es sieben Pferde für den Sechserzug des Allgäuer Brauhauses? Weil es immer einen Ersatz bei den Kaltblütern gibt. Mit je 800 Kilogramm sind sie vom Youngster bis zum Oldie der 6-PS-Antrieb des Brauereigespanns, das seit 2007 bei Umzügen und Festen im Allgäu die Menschen begeistert. Gelassen ziehen sie den 18 Meter langen Wagen mit einem Gewicht von mehr als sechs Tonnen. Selbst Musikkapellen und Böllerschüsse bringen sie nicht aus der Ruhe. Dass es Menschen gibt, die beim Anblick des imposanten Gespanns überwältigt sind, wissen Lore oder Fritz vielleicht nicht. Dafür aber Kutscher Joachim „Jockel“ Merk, Koordindator und Pferdeflüsterer in Personalunion. Der Mann mit 50 Jahren Gespann-Fahrpraxis sieht solche Momente als Lohn für die Mühen. Er kümmert sich um die Planung, den TÜV, die Versicherung. Er fährt Strecken ab, organisiert die Zugreinigung, das Ankleiden der Begleiter, den Schmuck der Pferde. Die bekommen

viel Liebe, sind von der Mähne bis zum Schweif gepflegt, werden von einem Tierarzt betreut. Ihr gutes Leben ist dem staatlich geprüften Hufschmied und seinem Team wichtig. Weiter geht es: Hänger, Kutsche und Pferdegeschirr werden geprüft, Blumengestecke angefertigt, Bier gekühlt, Becher begutachtet, Schankanlage und Zubehör gereinigt. Auch die Kontrolle der angefertigten Trachten steht an. Hier kümmern sich alle um alles. Insgesamt zwölf Personen sind es: Kutscher, Beifahrer, Pferdebegleiter, Ausschankdamen und Helfer für das Be- und Entladen der Kutsche. Das Kutschenfahren wurde „dem Jockel“ in die Wiege gelegt. Klar, dass er den Sechserzug schätzt und stolz darauf ist. Das Allgäuer Brauhaus ist die einzige Allgäuer Brauerei, die diese Tradition noch lebt. Und vielleicht spüren Lore oder Fritz doch, wie überwältigt mancher Zuschauer von ihrem Auftritt ist.



Die Landsberger Hütte ist von Ende Mai bis Mitte Oktober für Wanderer geöffnet.



Früher erfolgte die Versorgung der Kemptner Hütte mit Mulis, heute per Seilbahn und Helikopter.

Biergenuss in idyllischer Alpen-Kulisse

ZWISCHEN KÜHEN UND KAISERSCHMARRN

„Ein Bier, bitte!“ – wie selbstverständlich verlangen Wanderer auf den Hütten nach einem kühlen Schluck. Dabei ist das alles andere als selbstverständlich, hoch oben in den Alpen.

Allgäu (rgo). – Das Telefon klingelt. 0043 für Österreich zeigt das Display. Die nachfolgenden Ziffern kennt Christian Roth gut. Sie gehören der Landsberger Hütte, 20 Kilometer von der Landesgrenze entfernt, auf 1.810 Metern Seehöhe. Beim Zapfen stimmt etwas nicht, so Hüttenwirt Rainer Frühholz. „Die Druckverhältnisse sind auf dem Berg vollkommen andere als im Tal“, weiß Christian Roth. Weil der Vertriebsdirektor Gastronomie vom Allgäuer Brauhaus sowieso einiges zu besprechen hat, packt er kurzerhand die Bergstiefel ein und macht sich selbst auf den Weg. Erst mit dem Auto, dann zu Fuß, gemeinsam mit dem hinzugerufenen Techniker. Die Schankanlage ist zwar mit wenigen Handgriffen justiert. Doch allein der Aufstieg zum Kundentermin dauert zwei Stunden. Zumindest das Bergwetter spielt heute mit. Noch im Mai lag Altschnee, den Rainer mit seinen Helfern beseitigen musste, um die Hütte aus dem Winterschlaf zu wecken. Auch der

Biervorrat wollte angelegt sein: Viele Male gondelte die Materialseilbahn Fässer und Kisten nach oben, die jetzt im kühlen Felsenkeller lagern.

Wobei die Menge gut kalkuliert sein will. Die Bierfahrer können schließlich nicht mal eben vorfahren. Seilbahnen sind daher eine große Erleichterung, auch für die Kemptner Hütte. Noch Ende der 1960er-Jahre war das keineswegs so: Bis dahin transportierten allmorgendlich Mulis die Bierfässer hinauf. Schwere, sperrige Utensilien fliegt heutzutage ein Lastenhelikopter zu den Hüttenwirten Gabi und Martin Braxmair. Wie die neue Schankanlage, Sonnenschirme und Garnituren für die Sommersaison.

Christian Roth: „Eine kostspielige Angelegenheit. Aber eine, die es wert ist.“ Denn zur Einkehr am Fernwanderweg E5 über die Allgäuer Alpen gehört neben Kühen und Kaiserschmarrn ein gutes Bier. Eins aus dem Allgäuer Brauhaus.





Spätis



Kampagnenbeispiel



Sampling in Parks und auf Festivals



Sampling vor Stadien und Hallen



VOLLE PULLE FÜR DIE PRANKE

Dekadent? Distanziert? So was von gestern! Heute gibt man sich ganz einfach die Pranke, wenn ein Tag endet und eine Nacht voller Abenteuer beginnt.

Berlin (rgo). – Ein lauer Berliner Sommerabend. Mittenlang am Alex. Eine Horde junger Menschen deckt sich am Kühlschrank des Spätis mit Wegbier ein. Um sich dann an der nächsten Ecke niederzulassen, direkt auf dem Gehweg. „Draußen ist halt schön“, lässt einer aus der Gruppe wissen. „Mit der Pulle in der Pranke sogar noch schöner.“ Wobei sein Bordstein-Bier genauso heißt: Berliner Pranke.

Seit rund einem Jahr erobert der Neuzugang das Hauptstadt- und vor allem Nachtleben. Beim Cornern, wie das Abhängen an Straßenecken auch genannt wird. Beim Bridgen, wenn also das Fußpils auf Brücken mit netter Aussicht gezischt wird. Immer öfter ist es die Berliner Pranke, die zum Start in den (Feier-) Abend die Runde macht.

„Dafür haben wir auch einiges getan“, betont ihre Brand Managerin Kerstin Wegner. „Nicht nur, dass sie mit dem schwarzen Etikett auf den ersten Blick heraussteicht oder

mild und süffig auf den ersten Schluck überzeugt. Wir sind vor allem dorthin gegangen, wo das Leben tobt.“ In die Parks der Hauptstadt. Auf ihre Festivals, genauso wie rund um ihre Stadien, Hallen und Bühnen. Oder auf Schifftouren mit wummernden Beat Partys. Überall brachten Markenbotschafter die Berliner Pranke auf Zungen. Und eben in die Spätis. Diese so wichtigen Rundumversorger bis tief in die Nacht, die in Berlin sowieso gerne länger dauert als anderswo.

Marketingleiter Tobias Teubner: „Klar, wir waren auch im Handel unterwegs, haben auf Social Media viel Interaktion angeschoben, mobile Coupons verteilt, im Stadtbild mit riesigen Plakaten und Litfaßsäulen echte Hingucker geschaffen oder wichtige Kaufimpulse mit Funkspots gesetzt.“ Doch erst die Samplings und Promotions im Straßenraum haben richtig Druck gemacht. Mit Erfolg, wie die Absatzkurve zeigt im Jahr eins für die Berliner Pranke.

PARTNERSCHAFT VERLÄNGERT

Leipzigs Sportler und Ur-Krostitzer machen sich für den Wald stark – insgesamt 2.350 Bäume gepflanzt.

Krostitz (zek). – So kann man Partnerschaft auch zeigen! Im Rahmen der Aktion „So geht sächsisch“ pflanzten Verantwortliche der Krostitzer Brauerei sowie Sportler aus den Partnervereinen SC DHfK Leipzig, Olympiasport Leipzig GmbH, 1. FC Lokomotive Leipzig, Icefighters Leipzig und RB Leipzig gemeinsam Setzlinge auf einer Brachfläche. Rund hundert Beteiligte gingen mit Schaufeln ans Werk, um insgesamt 2.350 Esskastanien, Roten und Schwarzkiefern zu pflanzen.

Mit dem Engagement für die Waldmeisterschaft verkündet die Krostitzer Brauerei zugleich die Verlängerung ihrer Partnerschaft mit der Sportstadt Leipzig. Damit die jungen Setzlinge in der neuen Erde Fuß fassen können, übernahm die Brauerei das sofortige Angießen. Mit Brauwasser der Krostitzer Brauerei wurden die kleinen Bäume nach dem Einpflanzen gewässert.



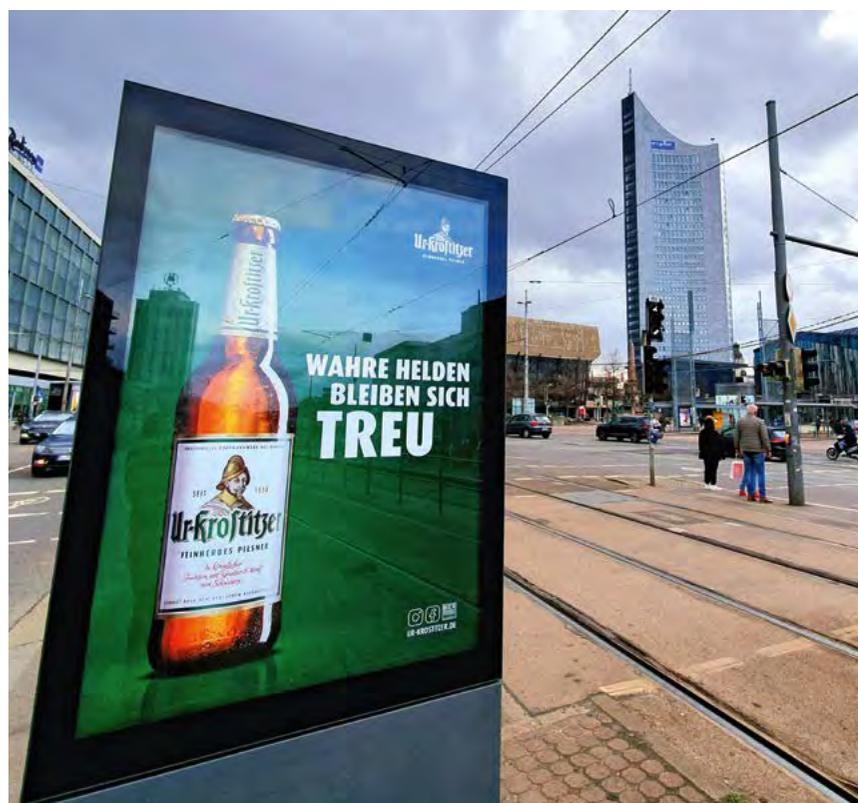
So geht sächsisch. Die Aktion „So geht sächsisch!“ hatte zur Pflanzwoche aufgerufen.



WAHRE HELDEN GEHEN MIT DER ZEIT

Die bekannte und erfolgreiche Ur-Krostitzer Kampagne „Wahre Helden“ bekommt nach fünfzehn Jahren einen frischen Anstrich.

Krostitz (zek). – Seit 2008 sind die „wahren Helden“ für Ur-Krostitzer am Start – eine gelungene und sympathische Kampagne. Doch nach fast fünfzehn Jahren wurde es Zeit, die Kampagne auf den Prüfstand zu stellen. Die Marktforschung bestätigte die Wirksamkeit des Slogans auch nach so vielen Jahren. Die „wahren Helden“ sind nach wie vor relevant und akzeptiert, benötigen allerdings eine Modernisierung. Also bekamen die wahren Helden einen Design-Relaunch und zeigen sich nun in neuem plakativen Look. Der Fond wurde farbiger gestaltet, zusätzlich bringen Farbverläufe und Licht Dynamik in die Motive. Auch mit der Schrift wird spielerischer umgegangen. Das Produkt bleibt im Mittelpunkt, kann aber vollflächig oder angeschnitten dargestellt werden, sodass sich ein Effekt des „Ranzoomens“ ergibt.



Altbewährt im neuen Look. Frischzellenkur für die wahren Helden.

Anfertigung
der schweren Stahl-
konstruktion



Anlieferung
per Transporter



Die 175 steht!



Die Jubiläums-
zahlen werden
vor dem Verwal-
tungsgebäude
aufgebaut.



DREI WINDIGE GESTALTEN

Sturmerprobte zeigt sich das Friesische Brauhaus zu Jever seit 175 Jahren. Jetzt – zum Jubiläum – hat es ein wetterfestes Kunstwerk erschaffen.

Jever (rgo). – Orkanartige Böen? In der Küstenregion keine Seltenheit. Während der Rest der Republik bei solchen Bedingungen oftmals lahmliegt, ist es für Nordlichter lediglich ein „büschn Wind“. Sturm ist eben erst, wenn die Schafe keine Locken mehr haben. Und Starkregen nur, wenn die Heringe auf Augenhöhe vorbeischwimmen.

So humorvoll unwettererprobte Friesen über heftige Windstöße und sturzartige Regenfälle unken mögen, so bierernst nehmen sie daran angepasste Sicherheits- und Schutzmaßnahmen. „Als wir unsere Jubiläumszahlen 1-7-5 aus Jever Bierkästen direkt neben unserer Einfahrt stapeln wollten, war sofort klar: Das geht nicht so einfach, wenn die drei Aufbauten über Monate standfest sein sollen“, so Christian Schmidt, seinerzeit noch Betriebsleiter.

Wo anderswo vielleicht nur wenige Kabelbinder als Befestigung gereicht hätten, waren beim Friesischen Brauhaus zu Jever

stahlharte Maßnahmen gefordert – im wahrsten Sinne des Wortes. Um den meterhohen Aufbau zu stabilisieren, musste eine robuste Stahlkonstruktion her.

Verbaut wurde in acht Wochen präziser Planung und harter Arbeit gleich eine ganze Tonne davon. Hinzu kamen vier Meter Absicherungsstützen, zehn Ankerdübel im Erdreich und rund 400 Schrauben, um die Jubiläumszahlen zu stabilisieren. Zwei Aufbauten mit jeweils vier Tonnen Hebekraft stellten sie nach acht Wochen an Ort und Stelle auf.

Seither ist die weithin sichtbare 1-7-5 ein beliebtes Fotomotiv im neu gestalteten Vorgarten des Friesischen Brauhauses zu Jever, der mit filigranen Gräsern an eine Dünenlandschaft erinnert. Stürmischen Zeiten trotzt das friesisch-herbe Kunstwerk dabei ebenso wie windigen Gestalten: Lediglich 300 Euro Pfandwert für die rund 200 felsenfest verbauten Kästen locken schließlich keine Langfinger hinter dem Ofen hervor.



DAS GUT GEHÜTETE KÄPSELE-GEHEIMNIS

Gerüchte, Spannung, Details in Häppchen – Stuttgart rätselte. Dann war klar: DIE Neuheit im Kessel ist eine Event-Reihe, die das Käpsele feiert. Nur wo?



Stuttgart (neu). – Vor allem in Berlin sind sie bekannt. Aber auch in Stuttgart gibt es immer mehr von ihnen: die Spätis! Als hippe Szene-Treffs liegen sie bei jungen Menschen im Trend. Kein Wunder also, dass sich Follower des neuen Instagram-Kanals von Käpsele am 16. März nach der Enthüllung eines gut gehüteten Geheimnisses auf den Weg zum Flow&in Kiosk machten. Hier wurde der Auftakt von „Käpsele im Kessel“ ausgelassen gefeiert, es wurde geplaudert und getanzt. Sogar der zuvor als sehr groß eingeschätzte Käpsele-Vorrat reichte für die Premiere nicht aus. Gut, dass man direkt am Späti Nachschub holen konnte. Warum das alles? Damit Käpsele in Stuttgart noch besser als Szene-Bier wahrgenommen wird, entstand die Idee, an den neuen Käpsele Instagram-Kanal eine spannende Event-Reihe zu knüpfen, mit DJs, Freibier, Snacks und Spielen. „Käpsele im Kessel“ ist also eine After-Work-Veranstaltung, wie sie Stuttgart zuvor nicht kannte. Zu erfahren ist nämlich nur häppchenweise,

welcher DJ beim Event auflegt und wo genau die Party startet. Die Geheimniskrämerei folgt einem durchdachten Plan. Mit der Bekanntgabe des Live-Acts werden Gästelistenplätze unter allen verlost, die sich über Kommentare bewerben und eine Begleitperson markieren. Wer erfahren will, wo das Event stattfindet, muss zwei Freunde in den Kommentaren verlinken. Einfach verraten wird die Location am Tag der Veranstaltung nicht. Bilder vom Event-Aufbau lösen zunächst Rätselraten in der Community aus.

Rätselraten gibt es aber auch abseits von Instagram. War es nicht ein bekanntes, der Konkurrenz nahestehendes Gesicht, das sich mit einem Käpsele beim Späti-Event wunderbar amüsierte? Wenn ja, dann hat das Konzept von „Käpsele im Kessel“ wahrlich alle erreicht.



Im Kasten sieht man sofort die Sterne leuchten.



DER STERN IM FOKUS

Die Kultmarke Sternburg wird in diesem Jahr noch besser zu sehen sein.
Mit einer frisch überarbeiteten Ausstattung erstrahlt das Sortiment aus Leipzig in neuem Glanz.

Leipzig (ago). – Na, das kann sich doch sehen lassen! Das Jahr eins nach dem großen Jubiläum der Marke Sternburg startet gleich mit einem sternigen Upgrade der Produktausstattung. Endlich schafft es der vom Kronkorken bekannte Stern auch auf das Halsetikett. Alle Markensymbole sind modernisiert und die Gestaltung des Logos an die heutigen Anforderungen angepasst worden. Das Gesamtbild der Marke Sternburg wird moderner, ikonischer und hochwertiger. Das Sortiment wird so im Handel noch besser erkennbar sein und vielleicht auch neue Verwender ansprechen.

Alle Etiketten wurden dazu eingehend analysiert, grundsätzlich aufgeräumt und die starken Markensymbole noch mehr in den

Vordergrund gehoben – das alles ohne auch nur einen Funken an Wiedererkennungswert einzubüßen. Auf jedem Bauchetikett strahlt jetzt das gleiche Logo mit einem weißen Stern auf roter Burg, so wie der Stern auch über der Brauerei in Leipzig strahlt. Und auch das Sternburg Pilsener kann jetzt richtig strahlen – und zwar in Gold statt bisher im nicht mehr ganz zeitgemäßen Grün. Die entsprechenden Kronkorken oder „Goldstücke“ werden sich sicher großer Beliebtheit erfreuen. Auch sonst wurde die Farbpalette hier und da etwas angepasst, sodass ein durchweg stimmiges, modernes und ansprechendes Gesamtbild entsteht.



ALLE IN GELB

Die Radeberger Belegschaft zeigte zum 70. Jubiläum der SG Dynamo Dresden Farbe und katapultierte sich so über Social Media in die Herzen der Fans.

Radeberg (hwa). – Die Marke Radeberger Pilsner ist seit Mitte 2021 als Namensgeber und Exklusivpartner auf besondere Weise mit dem Traditionsfußballverein SG Dynamo Dresden (SGD) verbunden. Zudem lebt ein Großteil der Belegschaft der Exportbierbrauerei mit Überzeugung die enge Partnerschaft.

So verwunderte es nicht, dass das Brauerei-Team Initiative ergriff, als die SGD gemeinsam mit der aktiven Fanszene pünktlich zum Wiegenfest am 12. April 2023 die Parole ausrief: „Alle in Gelb!“ Die persönliche Kleiderordnung sollten möglichst viele Fußballbegeisterte im Dynamoland standesgerecht ausrichten. Egal ob auf der Fahrt zur Arbeit, beim Einkauf im Supermarkt oder bei sonstigen Aktivitäten, wie beispielsweise das Brauen und Abfüllen von Bier.

Kurzum wurde die hausinterne Idee eines professionellen Foto-shootings entwickelt. Nach dem „Go“ der Geschäftsleitung ging es mit einem Fotografen auf Rundgang durch die Brauerei, um

möglichst viele Bereiche in Produktion, Qualitätssicherung, Abfüllung und Logistik einzubeziehen.

Im Ergebnis ließen sich zahlreiche Kolleginnen und Kollegen fachkundig in Gelb ablichten. Mit dabei waren Braumeister, Laboranten, Abfüller, Logistiker, Verwaltungsmitarbeitende sowie der Betriebsrat und die gesamte Geschäftsleitung. Das Bildmaterial postete das hauseigene Social-Media-Team erfolgreich auf den einschlägigen Kanälen, sodass tausendfache Likes nicht lange auf sich warten ließen.

Als Fazit bleibt festzuhalten: Die Mitmach-Aktion brachte dem Radeberger Brauerei-Team viele Sympathiepunkte rund um die Fanbase ein. Zudem wurde einmal mehr klar, dass in Radeberg die Verbundenheit zur SG Dynamo Dresden mindestens genauso stark ausgeprägt ist wie in der sächsischen Landeshauptstadt.



FOTOKURZMELDUNGEN

PRÄMIERTE PERSPEKTIVEN

Jever (rgo). – Erst kritisch beäugt, sind sie längst zu Wahrzeichen geworden: die verspiegelten Gärtürme von Jever. Zum 175-jährigen Brauhaus-Jubiläum sind sie den Teilnehmenden eines Kreativwettbewerbs (nicht nur) vor die Linse gekommen. Jurysieger wurde eine Grafik mit Spiegeltürmen und historischer Jever Flasche, gefolgt von diesen zwei Fotomotiven – allesamt prämiert mit friesisch-herben Preisen.

Foto: Sven Weyerts, Schortens



Foto: Heiko Klein, Jever



DER BERG RUFT!

Allgäu (neu). – Es muss ja nicht gleich die Tour zum Großen Krottenkopf sein, dem höchsten Berg der Allgäuer Alpen. Mit den Gutscheinen aus der Allgäuer Büble Verlosung machen auch kleine Berg- und Wandertouren Freude. National gab es diese von April bis Mai in teilnehmenden Märkten zu gewinnen. Die Glückspilze durften sich damit Wandierzubehör beim Outdoor-Anbieter Globetrotter aussuchen.



BITTE MIT DEM BÜBLE LÄCHELN!

Allgäu (neu). – Mit dem ersten Selfie-Point von Allgäuer Büble Bier ist die Moorhütte in Oberjoch um eine Attraktion reicher. Der vielleicht schönste Bilderrahmen für ein Allgäu-Selfie lädt zu Schnappschüssen mit einem tollen Panorama ein. Wer den QR-Code auf dem Blumenkasten mit dem Smartphone scannt, erhält zudem weitere Informationen über die Allgäuer Büble Biere, die auch direkt vor Ort genossen werden können.





WER WIRD MILLIONÄR?

Allgäu (rgo). – Allgäuer Buble Bier ist es längst. Mehr als eine Million Mehrwegkästen sind inzwischen im Kreislauf. Ein Indiz für die erfreulich gewachsene Nachfrage nach der Bügelspezialität. Vor allem aber eine verdiente Anerkennung für alle, die an der Erfolgsgeschichte des Alpenbiers mitgeschrieben haben – mit Beharrlichkeit und Bescheidenheit zugleich. Fortsetzung folgt? Gerne!



AUGENZWINKERND STICHELNDES DUELL DER OBS

Nürnberg/Fürth (neu). – Hoher Besuch im Tucher Schalander: Die Stadtoberhäupter von Nürnberg und Fürth – Marcus König

und Thomas Jung – trafen sich hier zum NN-Talk. 60 Leserinnen und Leser der Nürnberger Nachrichten lauschten dem vergnüglichen Austausch über die rivalisierenden Städte. Das Bier zum Gespräch? Es gab natürlich zwei: aus Fürth Grüner, aus Nürnberg Tucher Bier. So geht stadtübergreifende Bierverständigung.



WAS IST SONST NOCH LOS?

Die geplanten Termine aus den Standorten der Radeberger Gruppe.



ALLGÄU

- 05.07.2023 Hauptversammlung
der Allgäuer Brauhaus AG, Kempten
- 12. – 20.08.2023 Allgäuer Festwoche, Kempten
- 13.09.2023 Viehscheid, Oberstdorf
- 18.09.2023 Viehmarkt, Buching



BERLIN

- 01.06. – 25.08.2023 Citadel Music Festival
- 05.06. – 16.09.2023 Parkbühne Wuhlheide Open-Air-Festival
- 16./17.06.2023 Schlagersause, Potsdam
- 14./15.07.2023 Botanische Nacht
- 01. – 19.08.2023 Beachpartys, Templin und Zossen
- 12.08.2023 Britzer Gartennacht
- 12.08.2023 Schlagerolymp Lübbars
- 25.08.2023 Lila Wolken Open Air Ludwigsfelde
- 02.09.2023 Sunday Me, Potsdam



DORTMUND

- 20.04. – 17.09.2023 Karibische Feste (Ruhrgebiet)
- 21.06. – 21.10.2023 RuhrHOCHdeutsch
- 24.06. – 12.08.2023 Summersounds DJ Picknicks
- 29.06. – 02.07.2023 Gourmedo
- 29.06. – 13.08.2023 Sommerkino Westfalenpark
- 07./08.07.2023 Brinkhoff's Brunnenfestival, Lünen
- 07./08./14./15.07.2023 Westfalenpark Konzerte, Dortmund
- 29./30.07.2023 Juicy Beats Festival, Westfalenpark
- 02. – 06.08.2023 Dortmund à la carte
- 09.09.2023 Sunset Picknick, Halde Hohenwart Herten



DÜSSELDORF

- 14. – 23.07.2023 Schlösser Zelt auf der Rheinkirmes
- 31.10.2023 Halloween, Henkel-Saal im
Schlösser Quartier
- 11.11.2023 Hoppeditz Erwachen, Marktplatz



FRANKFURT

- 21. – 23.07.2023 Open Doors Festival, Neu-Isenburg
- 04. – 07.08.2023 Mainfest
- 16.08.2023 416. Bernemer Kerb
- 25. – 27.08.2023 Museumsuferfest
- 08.10.2023 Frankfurter Oktoberfest
- 27.11. – 21.12.2023 Frankfurter Weihnachtsmarkt am Römer



FREIBERG

- 10.06. – 27.08.2023 Freiburger Sommernächte
- 10.07. – 20.08.2023 Dresdner Palais Sommer
- 02.07.2023 Fahrradfest der Sächsischen Zeitung
- 18. – 20.08.2023 Stadtfest Dresden
- 29.09. – 02.10.2023 Familienfest am Goldenen Reiter, Dresden
- Ab 22.11.2023 Eisbahn im Schloss Freudenstein
- 28.11. – 22.12.2023 Freiburger Christmarkt



JEVER

- 20. – 23.07.2023 Deichbrand Festival, Cuxhaven
- 29. – 31.07.2023 Watt'n Schlick Festival, Dangast
- 13.08.2023 Altstadtfest Jever
- 20.08.2023 MS Dockville Festival, Hamburg
- 19.08.2023 Jever Fun Lauf, Schortens



KROSTITZ

- 04. – 13.08.2023 Marktmusik „classic open“
- 24. – 27.08.2023 Laternenfest Halle
- 10.09.2023 Honky Tonk Leipzig
- 16. – 23.10.2023 Lachmesse Leipzig



LEIPZIG

- 05.07.2023 5. Sterni Bürostuhlhockey Cup



NÜRNBERG/FÜRTH

- 21. – 23.07.2023 Bardentreffen, Nürnberg
- 21. – 31.07.2023 Annafest, Forchheim
- 30.07.2023 Klassik Open Air, Nürnberg
- 18. – 22.08.2023 Zirndorfer Kirchweih
- 25.08. – 10.09.2023 Nürnberger Herbstvolksfest
- September 2023 Nürnberger Altstadtfest
- 30.09. – 10.10.2023 Michaelis Kirchweih
- 28.10. – 05.11.2023 Consumenta



RADEBERG

- 17.05. – 10.09.2023 Freiluftkino Friedrichshain, Berlin
- 22.06 – 27.08.2023 Filmnächte am Elbufer, Dresden
- 12.07. – 20.08.2023 Filmnächte Scheibenholtz, Leipzig
- 13.07. – 06.08.2023 Filmnächte im Spreeauenpark, Cottbus
- 13.07. – 20.08.2023 Kulturarena, Jena
- 14.07. – 08.09.2023 Filmnächte, Chemnitz
- 18. – 20.08.2023 CANALETTO das Stadtfest, Dresden
- 25. – 27.08.2023 Laternenfest, Halle, Saale
- 02.09.2023 Saloppe Seifenkistenrennen, Dresden
- 10.09.2023 Radeberger Heimatwanderung
- 10.09.2023 Hüttertallauf, Radeberg



ROSTOCK

- 15.07.2023 Christopher Street Day (CSD)
- 04. – 06.08.2023 Strandkonzerte
- 05.08.2023 Marathon-Nacht
- 10. – 13.08.2023 Hanse Sail
- 09.09.2023 Flughafenfest Laage
- Juli, August, September Open-Airs IGA-PARK



STUTTGART

- 22.09. – 08.10.2023 176. Cannstatter Volksfest

KOHLE, STAHL UND BIER

175
JAHRE
F. Brinkhoff

Die Geburtstagsedition.

