

freude an getränken

DEUTSCHE BIERKULTUR

LA CERVEZA DE BARCELONA



NEUZUGANG

Mediterranes Lebensgefühl mit
unserem neuen Partner Grupo Damm

IM FOKUS

Zwei Digitalinitiativen
gehen an den Start

EIN ABWECHSLUNGSREICHES JAHR

Wir blicken zurück auf starkes
Engagement und spannende Aktionen.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Geschäftsleitung 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

REDAKTIONSLITUNG

Birte Kleppien
Leitung Unternehmenskommunikation
(V. i. S. d. P.)

REDAKTIONELLE KONZEPTION

Christina Baumeister
Tobias Glass
Christina Rauschmann

REDAKTIONELLE MITARBEIT

Daniela Baldwin
Andrea Berndt
Wolfhard Buß
Renate Goergen
Alexander Köthe
Wiebke Laumann
Nicole Neuhaus
Klaudia Piwowarska
Nadine Swientek
Hendrik Wagner
Daniel Wedel
Martin Zapf
Dr. Ines Zekert

KONZEPT, GESTALTUNG UND REALISATION

Bobbel Jacobs Grafik-Design, Offenbach am Main

OnlineDialog, Düsseldorf

DRUCK

Offsetdruckerei E. Sauerland GmbH, Gelnhausen

FOTOS

Agentur MOSAIK/Fabian Blum (S. 19), Nick Berger (S. 34), Jan Heinze (S. 31),
Michèle Hengst (S. 44), David Marschalsky (S. 18), Tom Schulze (S. 31),
Binding (S. 57)

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,

was war 2025 für ein Jahr – themenreich, fordernd, ja, streckenweise auch sehr anstrengend: Es war wohl in jeder Hinsicht wie vorhergesagt richtungsweisend – und wird unser Marktumfeld, das dürfte nicht übertrieben sein, nachhaltig verändern. Ein Markt, der durch Inflation, Kostensteigerungen, verändertes Verbraucherverhalten und dadurch zunehmenden Druck für die Markakteure geprägt ist, eine Branche, die sich auf einen beschleunigt verlaufenden Absatzrückgang einstellen muss und ein Land, in dem es der Politik noch nicht hinreichend gelungen ist, den Menschen genügend Zuversicht zu vermitteln, dass die derzeitig so bleieren auch auf unserem Markt liegende Konsum-Unlust wieder in Konsumfreude, ja, vielleicht sogar Konsum-Mut, umgemünzt werden kann:

Es ist eine schwierige Mischung, eine herausfordernde Stimmung, in der wir uns in unserem Land und unserer Branche bewegen. Eine Zeit der Umbrüche. Eine Phase des zunehmenden Veränderungsdrucks. Denn die Zwickmühle aus Kostendruck und Absatzrückgängen, in der sich nahezu alle Markakteure bewegen, führt nun möglicherweise doch zu der seit vielen Jahren vorhergesagten, aber (zu) lange ausgebliebenen kalten Konsolidierung im Markt.

Daher ist es eine sehr schmerzhafte Phase, die uns in dieser Branche in den nächsten zwei, drei Jahren bevorsteht, unbekommen. Eine Zeit, in der es nun Ausdauer, Mut und Geschick braucht sowie gute Aufstellungen und Strategien, um durch den Sturm zu kommen. Und am allerwichtigsten: Es braucht einen guten Kompass und die so entscheidende Prise Zuversicht, dass es auch eine Zeit nach dem Sturm gibt.

Wir haben diese Zuversicht – gerade, weil wir unsere Strategie konsequent verfolgen und uns so zwei gleichwertige unternehmerische Standbeine aufgebaut haben: im Hersteller- wie auch im Distributionsgeschäft. Beide bieten unseren Kunden zukunftsfähige Lösungen. Doch wir ruhen uns auf dem erreichten Status quo nicht aus, im Gegenteil: Auch und gerade in fordernden Zeiten feilen wir an unserer Aufstellung, suchen immer weitere marktprägende Marktopportunitäten – allein oder mit passenden Partnern aus der Branche.

Und wir investieren weiter – in Marken wie in Lösungen, extern wie intern. Über viele dieser Initiativen berichten wir in diesem Heft – in unseren Fokusartikeln und in unserem bunten, facettenreichen Jahresrückblick, der einmal mehr eindrucksvoll zeigt, was unsere Mannschaften in diesem Markt bewirken, welche zahllosen wunderbaren Aktionen und Maßnahmen sie mit viel Engagement umsetzen, wie viel Leidenschaft und Liebe sie in unsere Marken und Unternehmen einbringen. Kurz: Mit wie viel Freude an Getränken unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Hersteller- wie im Distributionsgeschäft Tag für Tag den Markt bewegen.

Seien es unsere attraktiven Neuproducte, die wir 2026 kraftvoll in den Markt bringen werden – und mit denen wir nicht nur unser Produktangebot für unsere Kunden und Konsumenten in Wachstumsfeldern erweitern – sondern auch den seit Jahrzehnten laufenden Transformationsprozess unseres Portfolios strategiemäßig weiter vorantreiben wollen. Oder digitale Projekte wie unser 2026 startendes Gastro-Portal, das unseren Partnern im Out-of-Home-Geschäft eine zentrale Service-Anlaufstelle bietet, und unsere GH Go App von Getränke Hoffmann, mit der wir Kunden

und Verbrauchern neue attraktive Serviceangebote direkt auf ihren Mobilgeräten präsentieren. Oder die unzähligen Feste, Events, Gastro-Aktionen, Kampagnen oder Engagements in allen Bereichen unserer Gesellschaft, mit denen unsere Marken auch 2026 in allen Regionen wieder erlebbar und nahbar werden.

Die Köcher für 2026 sind also gut gefüllt. Auch und gerade in diesen Zeiten. Denn man kann auch in einem rückläufigen, aber sich konsolidierenden Umfeld Marktanteile hinzugewinnen. Und sich ordentlich, ja, auch gut, entwickeln. Und genau das haben wir vor – mit vielen Marktinitiativen. Mit großer Veränderungsbereitschaft. Mit klarem Kompass, Fokus und Ausdauer. Dabei setzen wir unverändert auf starke Mannschaften, die bei Gegewind oder Sturm erst richtig zu Höchstform auflaufen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen allen einen guten Jahresschluss – und dann einen zuversichtlichen Start in das neue Jahr 2026



Ihr
Guido Mockel



EIN BLICK IN DEN INHALT

NEUZUGANG

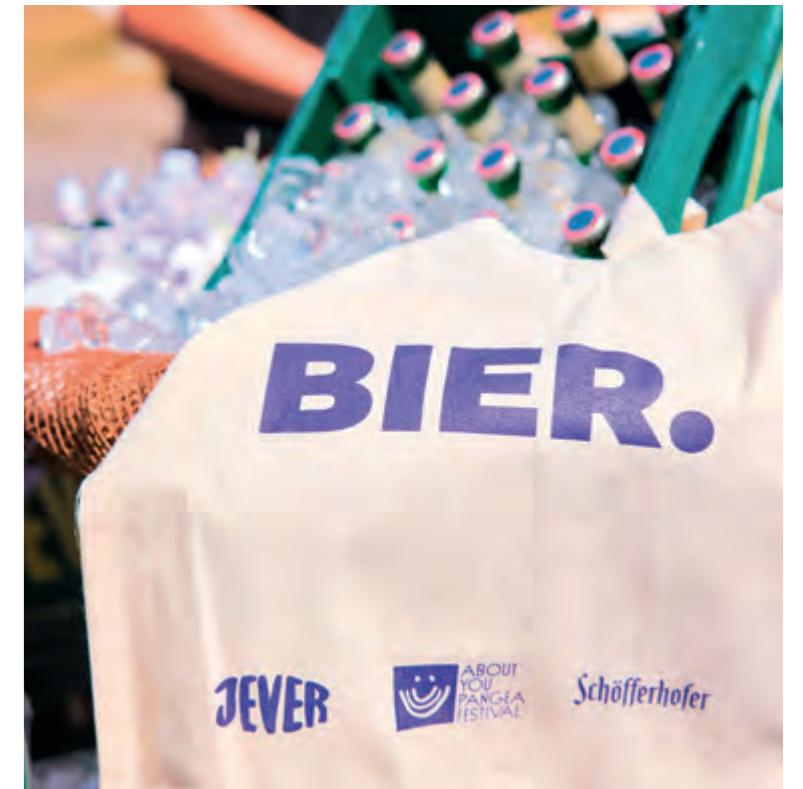
Mediterranes Lebensgefühl mit
unserem neuen Partner Grupo Damm
Seite 6

IM FOKUS

Zwei Digitalinitiativen
gehen an den Start
Seite 12

EIN ABWECHSLUNGSREICHES JAHR

Wir blicken zurück auf starkes
Engagement und spannende Aktionen.
Seite 14



- 3 EDITORIAL
- 6 TITELTHEMA
La Cerveza de Barcelona
- 10 IM FOKUS
Gastro-Plattform der Radeberger Gruppe und
GH-GO App - Wie zwei digitale Projekte unsere Servicequalität
weiter optimieren
Unsere Neuprodukte im Jahr 2026
- 14 JAHRESRÜCKBLICK
der Unternehmensfamilie
- 2 IMPRESSUM



LA CERVEZA DE BARCELONA



Denken Sie mal an Barcelona – und blenden dabei ganz bewusst Sport und Kirchen aus.

Höchstwahrscheinlich landen Sie gedanklich ganz schnell am Mittelmeer, in der Sonne oder vielleicht auch im Schatten einer Palme – aber vor allem am Strand. Die Stadt an der Mittelmeerküste der iberischen Halbinsel weckt unweigerlich Assoziationen an ein mediterranes Lebens- und Urlaubsgefühl, und genau das fängt eines der berühmtesten Produkte der Stadt ein: Estrella Damm, der Stern von Barcelona.

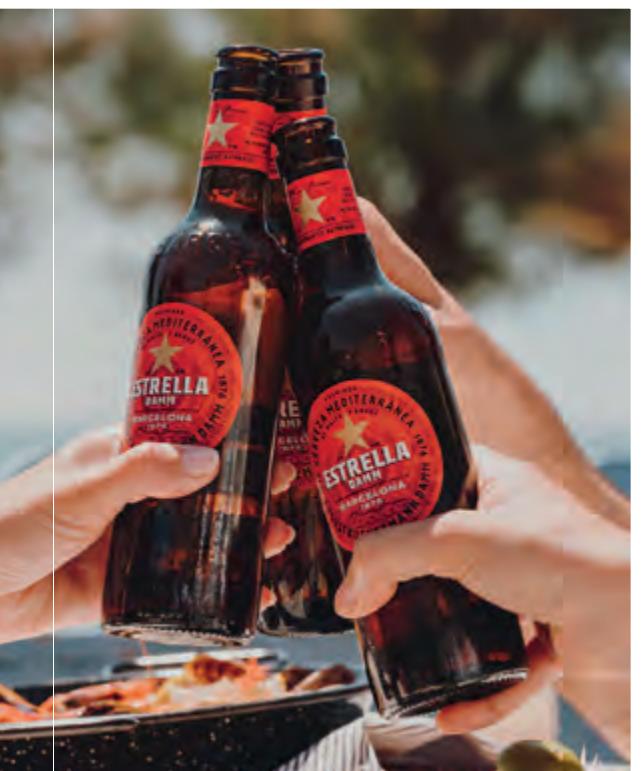
Für alle, die ein solches Urlaubsgefühl auch in

DER STERN VON BARCELONA – EIN BIER MIT GESCHICHTE UND CHARAKTER

Der Stern von Barcelona wird bereits seit 1876 im Stadtteil El Prat gebraut. Dort entsteht jeder Tropfen des Premium-Lagers aus 100 Prozent natürlichen Zutaten – Wasser, Gerstenmalz, Reis, Hopfen und Hopfenextrakt – und folgt einem Originalrezept, das speziell für das mediterrane Klima entwickelt wurde. Diese besondere Zusammensetzung sorgt für einen frischen, milden Geschmack und eine besondere Leichtigkeit, die Estrella Damm von vielen anderen Lagerbieren abhebt. Das Bier präsentiert sich mit goldener, leicht bernsteinfarbener Tönung, einer feinen, beständigen Schaumkrone und einem ausgewogenen Aroma, das an Hopfen und Getreide, aber vor allem auch an warme Tage und milde Sommerabende erinnert – authentisch mediterran, ehrlich und unverwechselbar.

Die Geschichte von Estrella Damm beginnt jedoch geografisch deutlich näher zu unserem deutschen Markt, nämlich im Elsass mit dem Brauer August Kuentzmann Damm. Als dieser vor etwa 150 Jahren vor dem Deutsch-Französischen Krieg floh, kam er nach Barcelona und gründete 1876 seine Brauerei. Schon damals hatte er die Vision, ein Bier zu schaffen, das leichter und frischer ist als die in Mitteleuropa verbreiteten Sorten – ein Bier, das sich perfekt für die warme Mittelmeerregion eignet. Diese Vision setzen die Brauer auch heute noch mit größter Expertise und viel Herzblut um.

Und die Verbraucher danken es ihnen: Eineinhalb Jahrhunderte nachdem der Brauer aus dem Elsass damit begann, seine Vision zu verwirklichen, ist Estrella Damm zu einer der bekanntesten und beliebtesten Biermarken Spaniens geworden. Der charakteristische Stern zierte die Etiketten in über 95 Ländern. Er steht für Qualität, Stolz und – genau wie seine Heimatstadt Barcelona – für Weltoffenheit, Kreativität und Genuss.



Deutschland wecken wollen, bringt die Radeberger Gruppe ab 2026 dieses Stück Barcelona in die Gastronomie, auf Feste und Events und in den Handel und ergänzt ihr Portfolio so um eine der bekanntesten Biermarken Spaniens. Bis 2019 waren wir bereits einmal der deutsche Vertriebspartner des Markenhalters, der Grupo Damm; ab 2026 kommt das internationale Premium-Lager nun wieder zurück in unser Portfolio und wird von den Chancen und Synergieeffekten unserer vertikalen Lieferkette sowie von der erfolgreichen Vermarktung unseres internationalen Portfolios profitieren. Wir sagen: Hola, Estrella – willkommen zurück in unserem Portfolio!



LA CERVEZA DE BARCELONA



EIN BIER, DAS EIN LEBENSGEFÜHL EINFÄNGT

Estrella Damm kommt zwar aus Barcelona, ist aber überall dort zu Hause, wo Menschen zusammentreffen und das Leben genießen: in Tapas-Bars und Beachclubs, in Hotels und Szene-Locations, in Musik-Lounges, Biergärten oder an urbanen Treffpunkten. Als Zielgruppe stehen weltoffene, genussorientierte Menschen mit aktivem Lebensstil im Fokus, die Wert auf Qualität, Kultur und Atmosphäre legen. Für sie ist Estrella Damm mehr als ein Bier: Es spiegelt ein Lebensgefühl wider und ist ein Symbol für Entschleunigung und für geteilte Genussmomente.

Dieses Image wird von einer starken Markenkommunikation getragen. Ob bei FC Barcelona, den Madrid Open oder den Festivals Sónar und Cruilla – Estrella Damm ist dort präsent, wo Emotionen und Leidenschaft zusammenkommen. Aufmerksamkeitsstarke Kampagnen setzen die mediterrane Atmosphäre und das urbane Lebensgefühl Barcelonas in Szene. In der Gastronomie sorgen sommerliche Aktivierungen für hohe Sichtbarkeit und schaffen Impulse, die das Lebensgefühl unmittelbar erlebbar machen.

MIT RÜCKENWIND IM WACHSTUMSSEGMENT

Das Segment der internationalen Premium-Lagerbiere wächst kontinuierlich – Biere mit Urlaubsflair liegen auch in Deutschland im Trend. Dabei suchen Konsumentinnen und Konsumenten vor allem nach Marken mit Geschichte, Charakter und emotionaler Strahlkraft – Marken, die Authentizität vermitteln und Urlaubsstimmung aufkommen

lassen. Mit seiner langen Tradition, seiner engen Verbundenheit mit seiner Heimatstadt Barcelona und dem hohen Qualitätsanspruch erfüllt Estrella Damm genau diese Erwartungen.

Unsre Kunden können sich also auf eine Marke mit starker Anziehungskraft, hoher Markenbekanntheit und einer klaren Positionierung im Trendsegment freuen. Estrella Damm bietet vielfältige Einsatzmöglichkeiten – von der mediterranen Gastronomie über die gehobene Szenegastronomie bis hin zu modernen Systemgastronomie-Konzepten. Überall dort, wo Atmosphäre, Erlebnis und Lebensfreude im Mittelpunkt stehen, kann Estrella Damm seine Stärke voll entfalten.

Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit der Grupo Damm die bewährte Partnerschaft fortzuschreiben, die Marke in Deutschland neu zu positionieren und ihr Potenzial im wachsenden Segment der internationalen Premium-Lagerbiere voll zu entfalten. Und die Gelegenheit, ein weiteres Mal zu belegen, wie erfolgreich wir unser internationales Portfolio im deutschen Markt vermarkten, ganz herzt zu nutzen.

Mit Estrella Damm gewinnen wir eine wunderbare Bereicherung für unser Portfolio. Gemeinsam bringen wir den Stern von Barcelona zum Leuchten – und bringen das mediterrane Lebensgefühl vom Mittelmeer direkt zu unseren Konsumentinnen und Konsumenten.



Unsere Neuen Neue Impulse

Neben unserem spanischen Neuzugang gibt es noch mehr frischen Schwung für unser Jahr 2026:
Ein ganzes Feuerwerk an Neuprodukten adressiert passgenau aktuelle Trends und Nachfragemuster im Biermarkt.



Fruchtig, natürlich und ideal für bewussten Genuss ohne Verzicht: Brinkhoff's Radler 0,0 % bietet Erfrischung pur – ganz ohne Alkohol! Perfekt für Sport, Mittagspause oder einfach zwischendurch.

0 % Alkohol, 100 % Erfrischung: Mit seinem vollmundigen Pils-Geschmack und einem fein eingebundenen Hopfenaroma rundet Jever Fun 0,0% das Portfolio unseres Alkoholfrei-Marktführers perfekt ab.

Der Klassiker startet neu durch: Wicküler Alkoholfrei 0,0% überzeugt mit einem runden, fein ausgewogenen Geschmack und würziger Frische, ganz ohne Alkohol und Zucker: ein Bier, das immer passt.

in 2026. für einen Markt im Wandel

Mild süffig und voll im Trend: Unser Freiberger Erzgold Hell bringt regionale Authentizität und modernen Geschmack optimal zusammen.
Ein Bier für alle, die entspannt Heimat genießen wollen.

Spritzig, fruchtig-herb und komplett zuckerfrei: Schöfferhofer Grapefruit alkoholfrei ZERO Zucker ist ideal für alle, die kalorienbewusst genießen und prickelnde Momente ohne Kompromisse feiern wollen.



Prickelndes Schöfferhofer Weizen, saftige Wassermelone und kühle Minze: Schöfferhofer Wassermelone-Minze steht für erfrischenden Genuss und ist nicht nur an heißen Sommertagen ein Must-Have!



Das Premium Lager aus der Hauptstadt: Hell, mild und erfrischend im Geschmack. Aus der Region und für die Region bietet Berliner Mildes Lager einen Schluck Berlin in jeder Flasche – Für Dich. Für uns. Für alle.

Radeberger Gruppe



UNSERE NEUE GASTRO-PLATTFORM: DAS NEUE DIGITALE ZUHAUSE FÜR UNSERE PARTNER IM AUSSEN-HAUS-GESCHÄFT

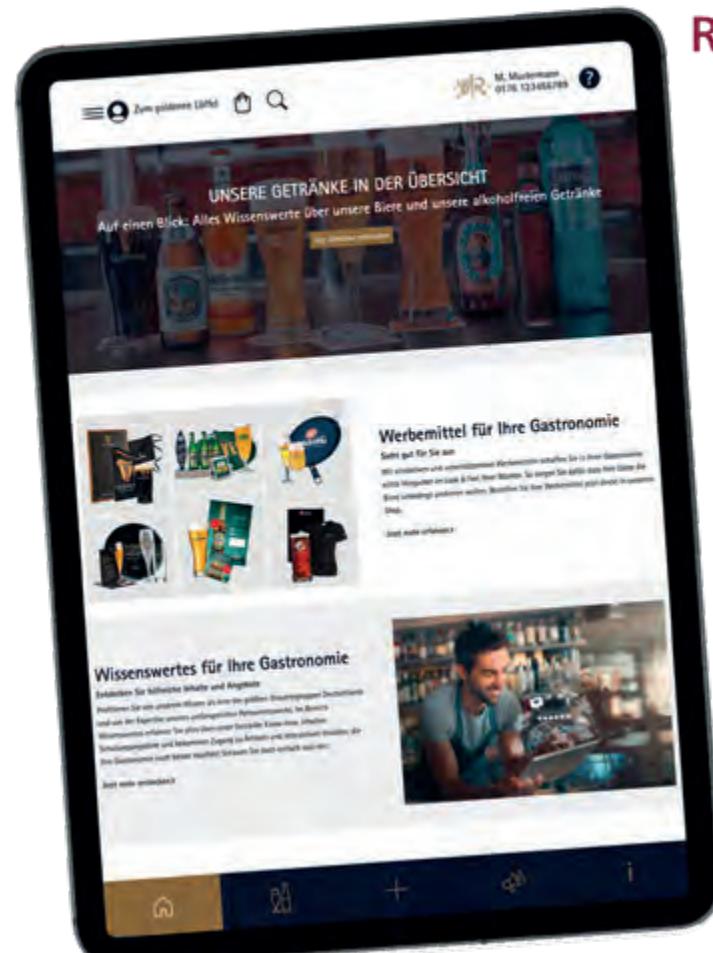
Mit dem Roll-out unserer neuen nationalen Gastro-Plattform setzen wir einen echten Meilenstein in der Zusammenarbeit mit der Gastronomie – und machen unsere Services rund um die Uhr zugänglich. Die Plattform wird so das zentrale digitale „Zuhause“ für unsere mehr als 40.000 Partner in diesem Absatzkanal – von Cafés über Bars, Kneipen, Restaurant bis hin zu Hotels. Hier bündeln wir alles, was Gastronomen brauchen:

Wir bieten Services auf Knopfdruck: Unsere Partner können hier Werbemittel bestellen, Event-Equipment organisieren, Aktionen planen – und vieles mehr

Wissenswertes
Unsere Themen rund um Ihre Gastronomie

Markenplatzierung in Ihrer Gastronomie
Sie wollen mit wirksamer Markenwerbung den Umsatz erhöhen und dabei das Besondere Ihrer Feste bewahren? Hier sind unsere Tipps!
[Mehr erfahren >](#)

Die perfekte Getränke-Auswahl für Ihre Gastronomie
Sie wollen Ihr Getränke-Angebot optimieren? Hier lesen Sie, welche Getränke-Auswahl wir für Ihre Gastronomie empfehlen.
[Mehr erfahren >](#)



RG Gastro
Plattform

Informationen, rund um die Uhr: Ob aktuelle News, regionale Highlights oder alles zu unserem wunderbaren Getränke-Portfolio: alles an einer Stelle, alles jederzeit verfügbar

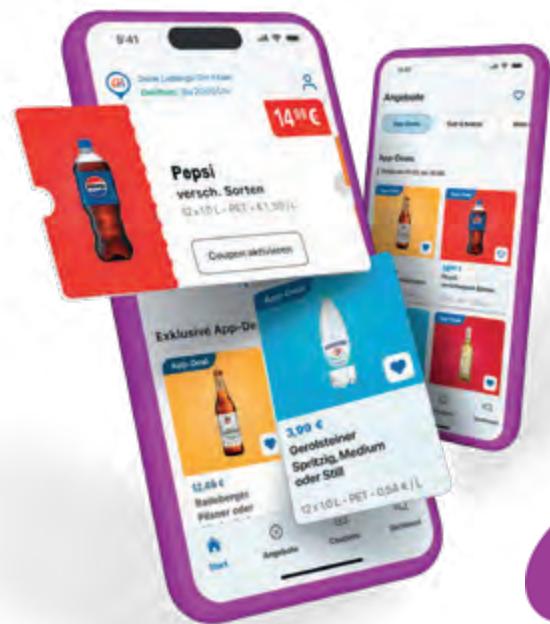
Ein klar strukturierter Aufbau, intuitive Prozesse und praxisnahe Funktionen – all das macht die Plattform einfach bedienbar und attraktiv für den täglichen Einsatz

Und die Reise geht weiter – das Angebot wird auch nach dem bevorstehenden Roll-out Schritt um weitere Module, Kooperationen und Service-Bausteine ergänzt, um noch mehr Unterstützung und Entlastung zu bieten ...

Das Ergebnis: weniger Aufwand für die Gastronomen, mehr Effizienz und ein noch unmittelbarerer Draht zu uns – und den jeweiligen Ansprechpartnern im Außen- wie Innendienst. Mit dieser Plattform bringen wir die „Freude an Getränken“, die uns motiviert, nun auch in die digitale Welt – und zu unseren Partnern. Und wir stärken ganz maßgeblich das Außer-Haus-Geschäft, auf das wir auch zukünftig setzen – und in das wir weiter investieren.

Der Roll-out des Portals startet Anfang 2026 – vorher erhalten unsere Partner im Außer-Haus-Geschäft automatisch eine Registrierungsmail, mit der sie dann im neuen Gastro-Portal durchstarten können. Wir freuen uns darauf, sie dort begrüßen zu können ...

treibt digitale Lösungen kraftvoll voran



GH GO

Auch 2025 standen für die Radeberger Gruppe digitale Themen und die Entwicklung passgenauer Lösungen für Kunden und Konsumenten ganz oben auf der Agenda. Dabei wurden Projekte fokussiert, die Partnern und Kunden spürbare Vorteile bringen: mehr Service, mehr Komfort, aber auch mehr Nähe. Zwei aktuelle Beispiele zeigen, wie digitale Lösungen den Alltag unserer Partner und Verbraucher erleichtern können:



DIE „GH GO APP“:
SMARTER EINKAUFEN MIT
GETRÄNKE HOFFMANN

Auch beim klassischen Einkauf spielt das Thema „Digitalisierung“ eine immer größere Rolle, ganz egal, ob online geshoppt wird – oder der Einkaufswagen noch ganz traditionell durch den Point of Sale geschoben wird. Mit der neuen GH GO App hat Getränke Hoffmann nun auch den Einkaufsprozess für die Kundinnen und Kunden seiner Filialen und seines Produktangebotes auf ein ganz neues Level gehoben:

Sie finden in der neuen App alle Angebote auf einen Blick – aktuelle Aktionen und Verfügbarkeiten kommen direkt aufs Smartphone

Mit personalisierten Funktionen können sie das Nutzungserlebnis individualisieren – und Lieblingsprodukte speichern, Favoritenlisten anlegen, Empfehlungen erhalten oder auch Rabatte nutzen

Nutzerinnen und Nutzer können App-Rabatte in Anspruch nehmen und vielfältige Coupons nutzen – die ihnen ausschließlich über die GH GO App zur Verfügung stehen.

Von der ersten Idee bis zur Umsetzung wurde die App bei Ge-

tränke Hoffmann maßgeblich in Eigenleistung entwickelt – ein Projekt, das einmal mehr unsere Innovationskraft belegt, aber vor allem auch unsere Erwartungen übertroffen hat. Heute ist die GH GO App in allen Filialen unseres Getränkemarkt-Betreibers nutzbar – und wurde bereits von vielen Tausenden von Nutzerinnen und Nutzern heruntergeladen.

Der Launch der GH GO App zeigt wunderbar, wie aus einer ersten Idee ein marktreifes, gut angenommenes Produkt wird. Doch überzeugen Sie sich selbst: Sie sind herzlich eingeladen, die GH GO App herunterzuladen und auszuprobieren. Die App ist über den Google Play Store und den Apple App Store verfügbar; sie kann in allen Filialen der Unternehmensgruppe – Getränke Hoffmann, Trink & Spare sowie Huster – genutzt werden



Mit 2025 liegt ein Jahr voller Bewegung, Überraschungen und Ideen hinter uns. Das Jahr hat uns herausgefordert, motiviert und immer wieder gezeigt, wie wichtig unsere Zusammenarbeit in unserer wunderbaren Unternehmensfamilie ist.

Mit diesem Jahresrückblick möchten wir Ihnen einen atmosphärischen Eindruck davon vermitteln, wie wir mit unseren Marken, Standorten, Töchtern und Mitarbeitenden gemeinsam angepackt, gestaltet, Ideen verwirklicht, Erfolge gefeiert, Neues probiert und Aufgaben gemeistert haben. Obwohl die nächsten Seiten kein vollständiger Katalog aller Aktivitäten sein können, zeigen sie doch, was unsere Unternehmensgruppe bewegt hat – und wie sehr uns dabei immer eines begleitet hat: eine große Freude an Getränken, die uns immer aufs Neue inspiriert und motiviert.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen beim Eintauchen in diese Auswahl prägender und facettenreicher Momente des Jahres 2025.

Im Jahr 2025 haben wir auf

nationalen und regionalen Tagungen

unser Geschäftsmodell und unsere Ziele präsentiert und Orientierung gegeben ...



... und haben das auch in der großen Runde bei der jährlichen FÜHRUNGSKRÄFTETAGUNG getan, für die knapp 170 Teilnehmende nach Neu-Isenburg kamen.

An einem themenreichen Tagungstag gaben unsere Geschäftsführer Guido Mockel, Christian Schütz und Thomas Freese detaillierte Einblicke in die Herausforderungen und Veränderungen unseres Marktumfeldes, skizzierten die tektonischen Verschiebungen im Getränkemarkt und brieften die Führungsteams zu Erwartungen, Aufgaben und Zielen.

Emil Wagner, Hauptabteilungsleiter DPP, stellte die Aufgaben und Ziele seiner neu geschaffenen Hauptabteilung vor.

Susanne Dienelt, Hauptabteilungsleiterin HR, und Personalentwicklerin Dr. Manuela Richter veranschaulichten in einem interaktiven Vortrag, wo wir mit dem Roll-out unserer Werte stehen.



... was bei der SOMMERKLAUSUR DER LOGISTIKLEITER, DES TEAMS EINKAUF UND DER ZENTRALDISPOSITION in sportlicher Atmosphäre stattfand, nämlich bei unserem Binding-Partner Eintracht Frankfurt. Bei der zweitägigen Veranstaltung ging es neben einem Rückblick auf das erste Halbjahr 2025 unter anderem um die Kundenverlagerung Süd-Ost, um Tankbier, um die aktuelle Situation im Frachtbereich und um den Leergutlagebericht. Zum Ende des ersten Tages kam Arnfried Lemmler, Leiter Sales and Marketing von Eintracht Frankfurt, für ein Gespräch mit Jens Berberich und den Teilnehmenden der Sommerklausur dazu.



... so auch bei der TAGUNG UNSERER LOGISTIKLEITER, die in diesem Jahr in Freiberg stattfand. Die Teilnehmenden blickten dabei auf das Vorjahr zurück, tauschten sich zum Stand wichtiger Logistikprojekte aus und erörterten die Situationen im Frachtbereich und den Leergutlagebericht.



Das ALLGÄUER BRAUHAUS hat bei seiner Hauptversammlung auf das Geschäftsjahr 2024 zurückblickt.

... haben mit
unseren Marken auf vielen

Festivals in Deutschland gefeiert ...



... und mit unserem BERLINER KINDL Ballon für ordentlich Sichtbarkeit bei der Britzer Gartennacht gesorgt sowie mit unserem „Jubi“ begleitet.



... und haben einen tollen Sundowner genossen: Auf der Halde Hoheward in Herten trafen sich Musik- und Picknickfreunde, um gemeinsam zu essen, zu tanzen und den Sonnenuntergang über dem Ruhrgebiet mit einem frisch gezapften BRINKHOFF'S zu erleben.



... wobei wir auch ein Comeback feiern konnten: Seit diesem Jahr ist das Classic Open Air in Berlin nach zweijähriger Pause zurück - und BERLINER KINDL war als Partner der Veranstaltung nicht nur im Ausschank dabei. Unter dem Motto „Erlebe Deinen Berliner Kindl Moment“ hat unsere Berliner Marke 25 x 2 Tribünenkarten für das Event verlost, inklusive Freigetränk, Brezel und Sitzkissen.



... und werden auch noch lange dabei sein: Seit inzwischen schon 25 Jahren sind wir partnerschaftlich mit der BERLINER FREILICHTSPIELSTÄTTE PARKBÜHNE WUHLHEIDE verbunden. Nun konnten wir unseren Vertrag vorzeitig um weitere zehn Jahre verlängern. Für die Saison 2026 dürfen wir die komplette Parkbühne Wuhlheide auf Tankbier umstellen - mit 38 Tanks à 1.000 Litern!



... wie dem About You Pangea Festival in Pützitz an der See, das wir mit unseren Marken JEVER UND SCHÖFFERHOFER WEIZEN unterstützen haben. Die limitierten About You Pangea-Jutebeutel mit acht kühlen Flaschen Jever waren auf dem Außengelände das Must-have-Souvenir des Wochenendes.

Darüber hinaus rollten kreativ gestaltete Schöfferhofer Sampling-Bikes direkt zu den Festivalfans und sorgten mit Schöfferhofer Weizen-Mix Grapefruit und Grapefruit Alkoholfrei für ein fruchtig-prickelndes Extra.



... und haben Kulinarik auf dem höchsten Niveau genossen: Als stolzer Hauptsponsor und Presenter der Gourmedo haben wir uns sehr gefreut, mit unserer Marke HÖVELS erneut bei DEM Kulinarikfestival in Dortmund dabei zu sein.

... haben mit
unseren Marken auf vielen

Festivals in Deutschland gefeiert ...



... und nicht nur für Getränke, sondern auch für Eis gesorgt: Als Partner des Juicy Beats Festivals im Dortmunder Westfalenpark hat sich Brinkhoff's einiges einfallen lassen: Vom erstmals produzierten Festival Eis aus BRINKHOFF'S Radler naturtrüb über den Bottle Walker bis hin zum Glücksrad gab es viele verschiedene Aktionen für alle Brinkhoff's Fans.



... wie beim „SonneMondSterne“. RADEBERGER PILSNER ist das neue Festival-Bier des größten Open-Air-Festivals für Electronic Dance Music in Europa.



... und dabei an alles gedacht, auch an die Becher: Damit wir bei Veranstaltungen mit SELTERS und PEPSI beide Marken sichtbar platzieren und gleichzeitig Material und Aufwand vor Ort verringern, setzen wir nun Mehrwegbecher ein, die sowohl für unser Premium-Mineralwasser als auch für die Erfrischungsgetränke unseres Partners geeignet sind. Beim Rheingau Musik Festival auf Schloss Johannisberg feierte unser neuer Co-Branding-Mehrwegbecher seine Premiere.



... und dabei das „Uri-Land“ beim Sputnik Spring Break Festival eingeführt, bei dem wir mit UR-KROSTITZER erstmals als Bierpartner dabei sind. Am Goitzschesee haben wir mit täglichem Bier-Yoga, einer Kosten-Hüpfburg, den Maskottchen Uri und Uriette sowie mit Festival-Bechern und Strohhüten einiges geboten.

... haben Feste in unseren Städten und Regionen als Partner begleitet ...

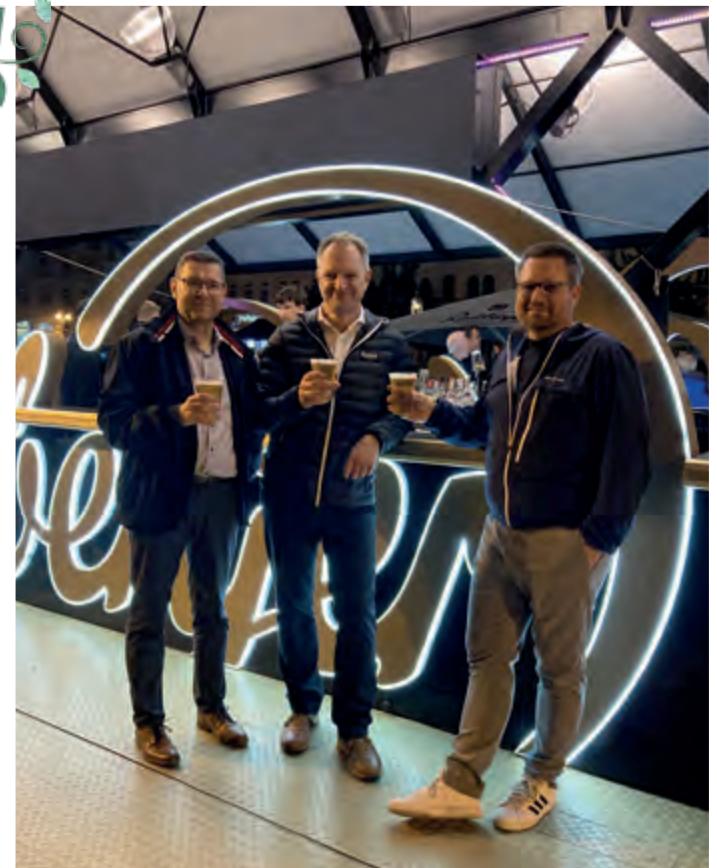


... wie dem Cannstatter Volksfest, das in diesem Jahr trotz durchwachsenem Wetter rund 4,2 Millionen Gäste an 17 Festtagen auf das Wasen-Gelände gelockt hat. Besonders in den Zelten, in denen unser STUTTGARTER HOFBRÄU im Ausschank war, herrschte an vielen Tagen ausgelassene Stimmung und hoher Besucher-andrang. Die Zelte Beim BENZ – Das Hofbräu-Zelt, Zum Wasenwirt, Die Almhütte Royal und das Sonja Merz Zelt gehörten zu den Publikums-magneten.



... und dabei auch den 30. Tag der Sachsen gefeiert. Beim größten Fest des Freistaates gab es - unterstützt von unserem RADEBERGER PILSNER - drei Tage voller Musik, Action und unvergesslicher Momente.

v.l.n.r.: Holger Scheich (Geschäftsführer GSM und Freiberger Brauhaus), Olaf Plaumann (Geschäftsführer Radeberger Exportbierbrauerei), Hendrik Wagner (Pressesprecher Radeberger Exportbierbrauerei)



... auch auf hoher politischer Ebene: Auf Einladung von Ministerpräsident Boris Rhein und Staatsminister Manfred Pötzl trafen sich auf dem Hessenfest der Landesvertretung in Berlin Vertreter aus Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Politik – darunter auch Bundeskanzler Friedrich Merz. Mitten drin: Unser ORIGINAL SELTERS, das als offizieller Mineralwasserpartner mit einem Sponsorenstand vertreten war.



... und dabei eine Mischung aus Rummel, Tradition und kulinarischem Schlaraffenland genossen. Bei dieser begeisternden Kombination auf dem Herbstvolksfest in Nürnberg darf auch das frisch gezapfte TUCHER Bier nicht fehlen.

v.l.n.r.: 2. Bürgermeisterin Prof. Dr. Julia Lehner, Moderator Martin Cernan, Nürnbergs Oberbürgermeister Markus König, Volksfestkönigin Christina Späth, Verkaufsdirektor Gastronomie Bernd Herrmann und Lorenz Kalb, Vorsitzender des Schaustellerverbandes.



... wie mit BINDING auf dem Museums-uferfest in Frankfurt. Das Event wurde mit dem Fasanstich von Oberbürgermeister Mike Josef auf der Frankfurt x Binding x Eintracht-Bühne eröffnet.

v.l.n.r.: Mathias Beck, Präsident von Eintracht Frankfurt. Rechts die Kollegen: Maximilian Kranz (VD) und Bernd Kraft (GL) aus dem Gastronomie Vertrieb



... haben Feste
in unseren Städten und Regionen
als Partner begleitet ...

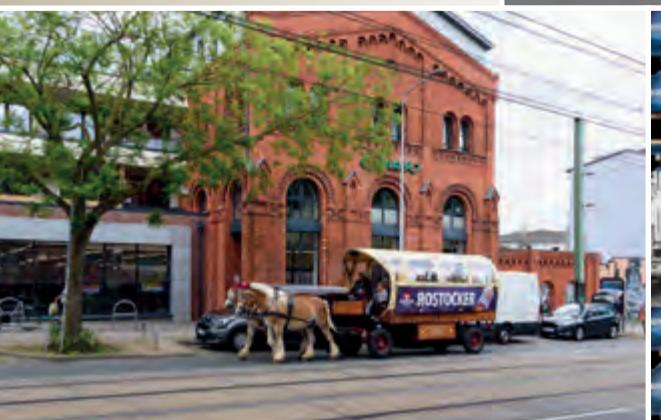


... und dabei Hunderttausende Gäste beim Leipziger Stadtfest begrüßt. Dort konnten sie die geballte Sponsorenpower unserer KROSTITZER, FREIBERGER UND RADEBERGER BRAUEREIEN erleben: Traditionell gestaltete die Krostitzer Brauerei den Ur-Krostitzer Biergarten auf dem Markt, die Freiberger Lounge verwandelte den Burgplatz in eine Non-Stop-Party und der Radeberger Sommergarten bot volles Programm auf dem Augustusplatz.

... und Biergarnituren zum Beben gebracht: Beim Oktoberfest in FREIBERG gab es beste Stimmung bei Live-Musik.



... die sich teilweise über ganze Stadtteile gezogen haben: Der Rostocker Stadtteil Kröpeliner-Tor-Vorstadt hat sich in seinem jährlich stattfindenden KTV-Fest von seiner besten Seite präsentiert. Auf dem ROSTOCKER Brauereigelände hat unsere Marke seinen Fans Essen und Trinken, Livemusik, ein Bierseminar und eine kleine Sonderausstellung mit Bild- und Filmmaterial aus den Tagen der Gründerväter Mahn & Ohlerich geboten. Zudem konnten die Gäste an Kremsfahrten durch die KTV teilnehmen.



... und haben unseren Teil dazu beigetragen, dass Dresden zu seinem Stadtfest Canaletto zur größten Tanzfläche Deutschlands wurde. Das Motto „Dresden tanzt!“ lockte 600.000 Besucherinnen und Besucher in die sächsische Landeshauptstadt. Kurz vor dem Fest beküßtigten das FREIBERGER BRAUHAUS und die RADEBERGER EXPORTBIERBRAUEREI ihr Engagement und verlängerten ihre Partnerschaft für die kommenden Jahre.

v.l.n.r.: Olaf Plaumann (Geschäftsführer Radeberger Exportbier Brauerei), Frank Schröder (Geschäftsführer Canaletto), Holger Scheich (Geschäftsführer Freiberger)



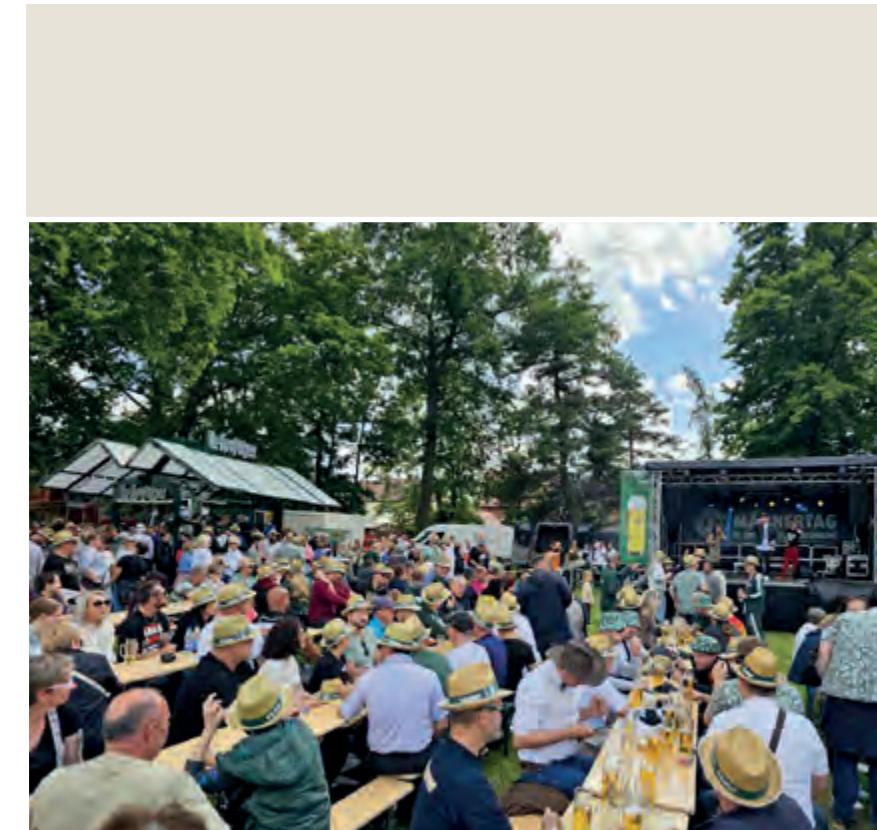
... und konnten dabei auch ein besonders großes Jubiläum erleben: Das FREIBERGER BRAUHAUS hat in diesem Jahr 175 Jahre gelebte Brautradition gefeiert – unter anderem mit der Rückkehr des Braureifests, das ganz im Zeichen des Jubiläums stand. Bei bestem Sommerwetter strömten an zwei Tagen Tausende Besucherinnen und Besucher auf das Brauereigelände, um gemeinsam mit uns zu feiern. Schon im Vorfeld erstrahlte das Bauchetikett im frischen Jubiläumsdesign und die Rückenketten präsentierte monatlich wechselnde „Freiberger Traditions-Fakten“. Auf der Homepage gab es dazu passende Quizfragen. Zudem gab es im Frühjahr beim Kauf eines Kastens Freiberger ein Jubiläums-glas, einen Öffner oder ein Magnet-Set dazu. Und auch der Shop bot den Freiberger-Fans drei exklusive Jubiläums-Artikel.

... haben **Feste** in unseren Städten und Regionen als Partner begleitet ...

... und die Farben unserer Heimatregionen auch bei den politischen Vertretern in Berlin hochgehalten: Beim Sommerfest der Landesvertretung Niedersachsen kamen rund 2.100 Gäste aus Politik und Wirtschaft in der Bundeshauptstadt zusammen, um sich auszutauschen. Mit dabei waren zahlreiche Vertreter aus der Bundespolitik und Olaf Lies, Ministerpräsident Niedersachsens, der am JEVER-Stand Michael Reitze, Christopher Herzberg und das Jever Eventteam begrüßt hat.



... und dabei die Straßen und Gassen JEVERS beim Altstadtfest drei Tage lang zu einer Feier- und Tanzmeile gemacht. Eröffnet wurde der Spaß von Bürgermeister Jan Edo Albers sowie vom Sprecher der Geschäftsleitung des Friesischen Brauhauses zu Jever, Michael Reitze, und seinem designierten Nachfolger Christopher Herzberg.



... und haben dabei alles gegeben – so wie auf der Warnemünder Woche: Ein Festumzug mit Flaschenmaskottchen, ein ROSTOCKER Fanshop mit dem offiziellen Eventshirt eines lokalen Künstlers sowie natürlich Ausschankwagen, eine Bühne und der zeremonielle Startschuss der Veranstaltung mit dem Fasanstich durch Ministerpräsidentin Manuela Schwesig. Und auch die Beteiligung der Hanseatischen Brauerei Rostock im nächsten Jahr ist sicher: Mit der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde wurde die Partnerschaft bei der Warnemünder Woche, der Hanse Sail Rostock und der Strand Arena Warnemünde um drei weitere Jahre verlängert.



Bei bestem Wetter sind mehr als 4.000 Besucher am Männertag zur KROSTZER Brauerei gekommen, um gemeinsam einen schönen Tag zu verleben – mit Fasanstich, Modenschau, Live-Musik, T-Shirt-Kanone, Uri-Merch, Familienprogramm und Unterhaltung! Und natürlich durfte auch das frisch gezapfte Bier nicht fehlen. Bürgermeister Oliver Kläring und Marketingchef Sven-Matti Kamann schafften den obligatorischen Fasanstich mit nur drei Schlägen.

... und in Frankfurt mit BINDING das Oktoberfest gefeiert.

... waren auch in unserem
internationalen
Geschäft sehr aktiv ...



... und haben eine weitere Marke über den Atlantik gebracht: Unser OBERDORFER HELLES, das sich auf dem deutschen Markt bereits großer Beliebtheit erfreut, hat seinen erfolgreichen Start in den USA gefeiert. Um den Charakter von Oberdorfer und die bayerische Brautradition optimal zu präsentieren, haben wir für den US-Markt ein angepasstes Packaging entwickelt.

... und das auch sportlich:
DAB ist nun internationaler Bierpartner von Borussia Dortmund. Unsere exportstarke Dortmunder Marke begleitet den digitalen Medienauftritt des Vereins außerhalb von Deutschland, ist beispielsweise auf virtuellen Werbebanden für den nordamerikanischen Markt präsent und wird ein Teil der internationalen Fan-Events.



... wo unter anderem unsere Marke **DAB** begeistert. Mit frischen Ideen, einem neuen, modernen Design und mutigen Schritten bringen wir unsere internationale Marke mit Leidenschaft auf die große Bühne. Dafür haben wir das neue Starkbier DAB Dortmunder Ur-Bock 8% im internationalen Markt eingeführt, eine große Out-of-Home-Kampagne in Toronto gestartet und die Brücke zu Lifestyle und emotionaler Markenbindung mit unserer Kooperation mit Borussia Dortmund als „International Beer Partner“ geschlagen.



... und für **HENNINGER** einen neuen Look entworfen – exklusiv für den internationalen Markt!



Ausrichter und Unterstützer bei spannenden Festen und Events dabei ...

... waren mit unseren Marken als Sponsoren,



... auch zusammen mit unseren Partnern: Im Rahmen der Fürther Michaelis-Kirchweih haben die Fußballprofis der SpVgg Greuther Fürth jede Menge Autogramme für ihre Fans geschrieben. Im Anschluss ließ das gesamte Team samt Trainer- und Betreuerstab den Abend auf Einladung von GRÜNER im Dinkels Vesperhäuschen ausklingen. Dafür bedankte sich das Kleeblatt-Team herzlich mit einem signierten Trikot bei den Gastgebern Carina Hellberg und Helmut Dinkel.



... mit jeder Menge Würfeln: Für die KRONEN Schockmeisterschaft haben sich zahlreiche Spielerinnen und Spieler in fünf Dortmunder Kneipen zu den Vorrunden getroffen und gegeneinander gewürfelt. Zum großen Finale sind die Vorrundengewinner in der Brauerei aufeinandergetroffen.



... wie dem größten Event in Mecklenburg-Vorpommern: Unser ROSTOCKER hat auch in diesem Jahr wieder die Hanse Sail als Bierpartner unterstützt und dabei mit fassfrischem Bier und maritimen Sondereditionen vollen Einsatz gezeigt.



... und haben den Dortmunder Westpark erneut in ein fröhliches Spielfeld verwandelt. Zur 12. KRONEN Bollerwagentour stellten über 100 gemischte Teams am Vatertag an verschiedenen Stationen ihre Geschicklichkeit, ihren Mut und Ihre Ausdauer unter Beweis.



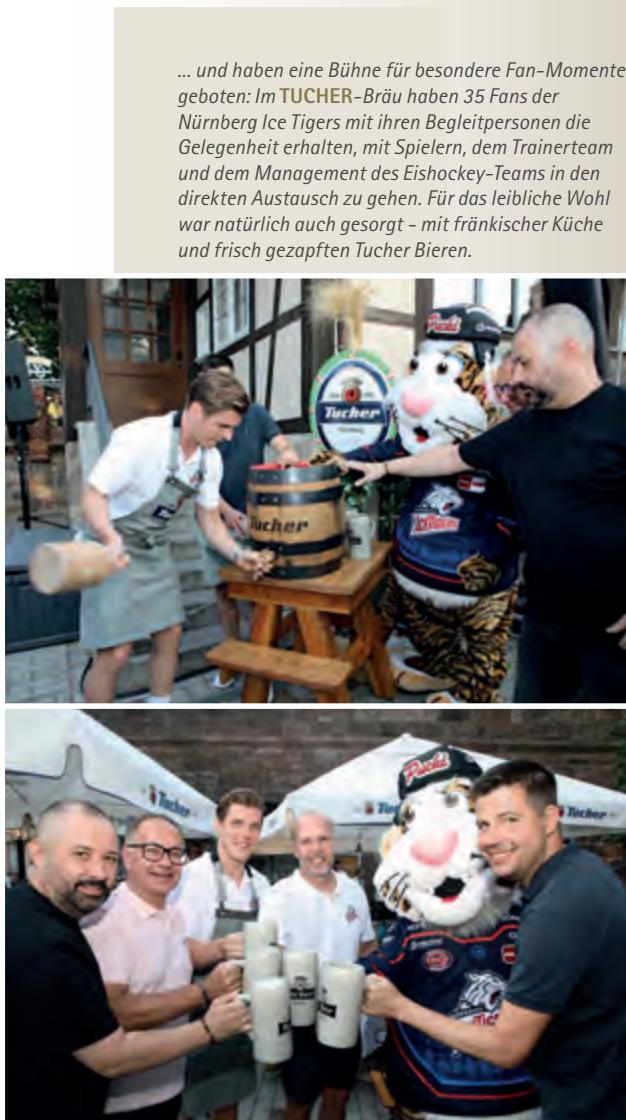
v. l. n. r.: Toni Kirsche (Verkaufsleiter Gastronomie, Radeberger Gruppe), Matthias Kölmel (zweiter Geschäftsführer der ZSL Betreibergesellschaft), Sven-Matti Kamann (Geschäftsführer der Krostitzer Brauerei) und Jürgen Kolleßer (KAM Gastronomie, Radeberger Gruppe) bei der Eröffnung der Verkaufsstelle

... waren mit unseren Marken als **Sponsoren, Festen und Events** dabei ...

Ausrichter und Unterstützer bei spannenden



... und haben dabei den Rahmen für sportliche Höchstleistungen bereitet: In brandenburgischen Beelitz stellten sich 4.000 Sportbegeisterte beim Tough Mudder zahlreichen abenteuerlichen Hindernissen. Besonders das JEVER Wasserhindernis, auch „Block Ness Monster“ genannt, hatte es wieder in sich. Für die Finisher gab es ein erfrischendes Jever Fun oder friesisch-herbes Jever Pilsener.



... und haben eine Bühne für besondere Fan-Momente geboten: Im TUCHER-Bräu haben 35 Fans der Nürnberg Ice Tigers mit ihren Begleitpersonen die Gelegenheit erhalten, mit Spielern, dem Trainerteam und dem Management des Eishockey-Teams in den direkten Austausch zu gehen. Für das leibliche Wohl war natürlich auch gesorgt – mit fränkischer Küche und frisch gezapften Tucher Bieren.

... wie in Kempten bei der Allgäuer Festwoche 2025. Mit rund 150.000 Gästen hat die beliebte Veranstaltung das Vorjahresergebnis sogar noch übertroffen, die Stimmung war großartig und die Allgäuer Traditionsbrauerei trug dazu einen wichtigen Teil bei.

Für die Festwoche konnte das ALLGÄUER BRAUHAUS neue Festwirte für sich gewinnen: Mit Fritz Kustatscher und Phillip Povolny sowie Klaus Dahlheimer als Betriebsleiter haben drei Gastronomie-Profis das Allgäuer Brauhaus Zelt übernommen, das seit diesem Jahr den Namen „Zum Parkwirt“ trägt.

(v.l.n.r.: Die beiden Festwirte Fritz Kustatscher und Phillip Povolny mit Florian Ferstl, Gebietsleiter Gastronomie, und Christian Roth, Verkaufsdirektor)



... wie auch beim Blühenden Barock Ludwigsburg, mit dem unsere Marke STUTTGARTER HOFBRÄU eine wegweisende Partnerschaft über zunächst fünf Jahre vereinbart hat. Die moderne Traditionsbrauerei liefert der ältesten Gartenschau Deutschlands verschiedene Qualitätsbiere für jeden Geschmack und erfrischende PepsiCo-Produkte. Außerdem unterstützt die Stuttgarter Hofbräu die Gastronomiebetriebe und zahlreiche Veranstaltungen auf dem Gelände mit passendem Equipment und viel Know-how.



... waren bei

Sportevents

und Wettbewerben aktiv ...

... und bleiben bei der HC Erlangen am Ball:
Unsere TUCHER PRIVATBRAUEREI hat ihre Partnerschaft mit dem Handball-Bundesligisten um drei weitere Jahre verlängert.

Daniel Pankofer, Geschäftsführer des HC Erlangen (links) und Tucher Brandmanager Nikolas Zitzelsberger.



... und haben den Einlauf ins Ziel des Spar-kassen-Phoenix-Halbmarathons mit unserem BRINKHOFF'S ALK.0,0FREI-Torbogen verschönert. Am Tag der Deutschen Einheit begaben sich mehr als 5.000 Läufer auf die 21,1 Kilometer lange Strecke quer durch den Dortmunder Süden. Im Anschluss konnte sich jeder Läufer gratis mit einem Brinkhoff's 0,0 nach den Strapazen des Laufes erfrischen.



... und haben dabei auch einen großen Umzug mitgemacht: Der JEVER-FUN-LAUF hat erstmals in unserer Heimatstadt stattgefunden - und er war ein voller Erfolg: Der Kurs rund um die Altstadt, vorbei an den Spiegeltürmen des Friesischen Brauhaus' zu Jever und hinein ins Ziel am Schloss - dazu bestes Wetter, Tausende gut gelaunte Läuferinnen, Läufer und Fans und ein erfrischendes Jever Fun für alle Finisher.



... und haben neue Looks entwickelt: BRINKHOFF'S hat eine 0,5-Liter-Dose als BVB-Sonderedition auf den Markt gebracht. Mit zwölf Zitaten aus der Fan-Hymne „Am Borsigplatz geboren“ fängt das Bier aus dem Revier den Ursprung und die Seele seines Champion Partners auf den Dosen ein. Erstmals gab es die limitierte Brinkhoff's BVB-Sonderedition als Vierer-Dosen-Multipack.



... und haben ein großes Jubiläum gefeiert: Seit 25 Jahren unterstützen wir mit unserem BERLINER PILSNER den 1. FC Union Berlin und haben die Reise von der Oberliga bis in die Champions League begleitet. Zum Jubiläum der Partnerschaft haben wir eine limitierte Sonderedition auf den Markt gebracht und ein Gewinnspiel gestartet, bei dem als Hauptpreis ein Meet & Greet mit Union-Spielern gewunken hat.

... waren bei

Sportevents

und Wettbewerben aktiv ...



... und haben zusammen mit alten Bekannten gefeiert: Seit mehr als einem Jahrzehnt sorgt BRINKHOFF'S Ballgeflüster für beste schwarzgelbe Unterhaltung. In der 50. Ausgabe hat Moderator Norbert Dickel im Hafengarten Dortmund den ehemaligen BVB-Spieler Kevin Großkreutz, BVB-Geschäftsführer Carsten Cramer, Comedian Matze Knop und BVB-Torhüter Alexander Meyer begrüßt.



... und setzen Partnerschaften fort. Der Fußball-Bundesligist VfB Stuttgart und die STUTTGARTER HOFBRÄU haben ihre Zusammenarbeit verlängert. Seit 2020 stehen die beiden Stuttgarter Institutionen schon Seite an Seite - und werden das noch bis mindestens 2030 tun.

... und haben jede Gelegenheit genutzt, um mit unseren Partnern zu feiern. Das hat sich in diesem Jahr vor allem im Fußball gelohnt: Die Radeberger Gruppe unterstützt mit ihren Marken zahlreiche Vereine, die zum Abschluss der Saison 2024/25 Erfolge verzeichnen konnten.



... wir haben mit und an unseren

Marken gearbeitet ...



... und dabei auch das eine oder andere Design neu gestaltet – so wie das Dosen-Design von RADEBERGER PILSNER, das nun mit einem selbstbewussten, reduzierten und klaren Look überzeugt.



... um Brücken zwischen Tradition und Moderne zu schlagen, wie mit dem überarbeiteten Erscheinungsbild von BERLINER KINDL. So bleiben wichtige Elemente wie das Markenlogo oder die Struktur des bisherigen Etikets erhalten. Einzelne Details werden nun jedoch deutlicher in Szene gesetzt.



... und neue Produkte entwickelt, wie beispielsweise das JEVER STRONG: Das Friesische Brauhaus zu Jever hat mit Jever STRONG ein neues Premium-Starkbier an den Start gebracht. Die schwarz-goldene Halbliter-Dose fällt sofort ins Auge, der Inhalt überzeugt mit vollem Körper, ausgeprägter Malznote und herb-würzigem Charakter.



... und dafür auch Preise erhalten wie den Dresden Marketing Preis 2025, mit dem die RADEBERGER EXPORTBIERBRAUEREI für den im letzten Jahr erfolgreich gestarteten Markenrelaunch von Radeberger Pilsner ausgezeichnet wurde. Marketingleiter Marco Domogalski (rechts) und Brand Managerin Kristin Winkler (Mitte) nahmen den Preis mit großer Freude und stellvertretend für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Frank Kebbekus, Präsident Marketing Club Dresden e.V., entgegen.



... und echte Hingucker und Sammlerstücke rausgebracht wie die JEVER Editionsdosen, die vier Nordseeinseln und ihre Wahrzeichen zeigen.



... und Etiketten erneuert: Im Laufe des Frühlings und Frühsummers hat TUCHER sein Reifbräu alkoholfrei und dessen traditionellen Markenauftritt mit dem Tucher HELLES in neuer Ausstattung und Ansprache ersetzt.



... und Markenauftritte weiter optimiert: Nachdem die Sorten ZIRNDORFER Hell und Zirndorfer Hell Alkoholfrei geschmacklich und auch optisch gut bei den Verbrauchern angekommen sind, haben nun auch die Klassiker – Landbier, Kellerbier und Keller Radler – den neuen Etiketten-Look erhalten.

... wir haben mit und an unseren

Marken gearbeitet ...



... und den Schwedenkönig zum Auftakt der Festival-Saison in neue Designs gesteckt. Die Motive der UR-KROSTITZER Dosen mit Hosenträger und Fliege, Umhängetasche und Hawaiihemd haben nicht nur Sammlerherzen höher schlagen lassen – sondern wurden auf Social Media von originellen Memes und Stickern begleitet.



... wie sich auch an der Einführung von GUINNESS 0.0 gezeigt hat: Der sanfe und perfekt ausbalancierte Geschmack, die dunkle Farbe und die cremige Schaumkrone sind Charakteristika, für die Guinness weltweit berühmt ist. Guinness 0.0 hat das ikonische Original nun auch alkoholfrei nach Deutschland gebracht – bundesweit in der 440ml-Dose.



... und Ende April die ersten Bügelflaschen ALTMÜNSTER Lager Hell frisch abgefüllt und fertig etikettiert. Seit Juni 2025 ist unsere neue Sorte in den Märkten erhältlich.

Point of Sale ...

durch die großartige Arbeit unserer Handelsmannschaft für viel Sichtbarkeit unserer Marken gesorgt ...



... wie diese Bilder eindrucksvoll belegen. Mit unseren starken VKF-Aktionen, die in enger Zusammenarbeit mit dem TRADE MARKETING entstehen, sorgen wir für viel Strahlkraft, die unsere Kunden und Konsumenten begeistert und zum Kauf animiert.



... mit einem großen Gewinnspiel: JEVER hat einen Campervan VW Grand California 600 verlost. Schon von außen ein Unikat im nordisch-frischen Design, begeistert er innen mit zahlreichen Extras – von der Küchenausstattung bis zur Jever Bettwäsche. Der perfekte Reisebegleiter für die Auszeit am Wasser oder im Grünen dank moderner Technik, attraktivem Zubehör und hohem Komfort.



... haben am Point of Sale ...

durch die großartige Arbeit unserer Handelsmannschaft für viel Sichtbarkeit unserer Marken gesorgt ...



... und auf den Innenseiten von BERLINER PILSNER Kronenkörnen im Rahmen einer Kampagne coole Extras versteckt. Wer den Aktionscode online eingab, konnte entweder attraktive Sofortgewinne abstauben und sammeln oder sich für eine der begehrten Prämien entscheiden – von Handtüchern über Musikboxen bis hin zu E-Scootern.



... um unser Umfeld an unseren Standorten zu unterstützen: Mit den Spendenaktionen „Doppelt hilft besser“ und „Im Revier wird geteilt“ haben BERLINER KINDL und BRINKHOFF'S den Teilnehmenden Marken-Fans die Chance gegeben, Geld für sich und ihren Herzensverein zu gewinnen.



... und mit der Aktion DEIN SOMMER. DEIN SOUND die Party zu den SCHÖFFERHOFER-Fans gebracht: Mit der nationalen Gewinnspiel-Promo von Schöfferhofer Weizen-Mix konnten Teilnehmende Spotify Premium Jahresabos, Musik-Erlebnisse mit dem DJ-Kollektiv OSWALD und JBL PartyBoxen Encore gewinnen.



Gewinne täglich 1.000€
500€ für dich & 500€ für (d)einen Verein!

DOPPELT
HILFT
BESSER!

Gewinne täglich
1.000€ für dich
plus 1.000€ für
den guten Zweck.

Jetzt mitmachen

... und unsere Marken haben auch in der Gastronomie

starke Impulse gesetzt, neue Objekte dazugewonnen und zahlreiche Gäste überzeugt ...



... wie unsere Altbiermarke SCHLOSSER, die inmitten der Düsseldorfer Altstadt die Eröffnung des ersten Schlager Cafés Deutschlands begleitet hat. Im Schlosser Quartier ist eine Bühne entstanden, die mit dem bunten Interieur von Discokugeln, einer hochwertigen Speise- und Getränkeauswahl sowie Konzerten, Motto-Partys, Mitsing- und Schlager-Quiz-Abenden zahlreiche Highlights bietet.



... wie mit der Eventlocation Olympiapark in München (inklusive Olympiastadion und -halle), die seit diesem Jahr zu unseren PEPSI- und SELTERS-Kunden zählt.

v.l.n.r.: Johannes Eberle, Leonhard Ehrl, Eva Schießl.

... und unsere Marken haben auch in der

Gastronomie

starke Impulse gesetzt, neue Objekte dazugewonnen
und zahlreiche Gäste überzeugt ...

... und dabei auch viel auf Tradition gesetzt - so wie im historischen Rathaus Nürnberg, für das die TUCHER PRIVATBRAUEREI neue Pächter vorgestellt hat. Im November eröffnete hier das Wirtshaus Albrecht.

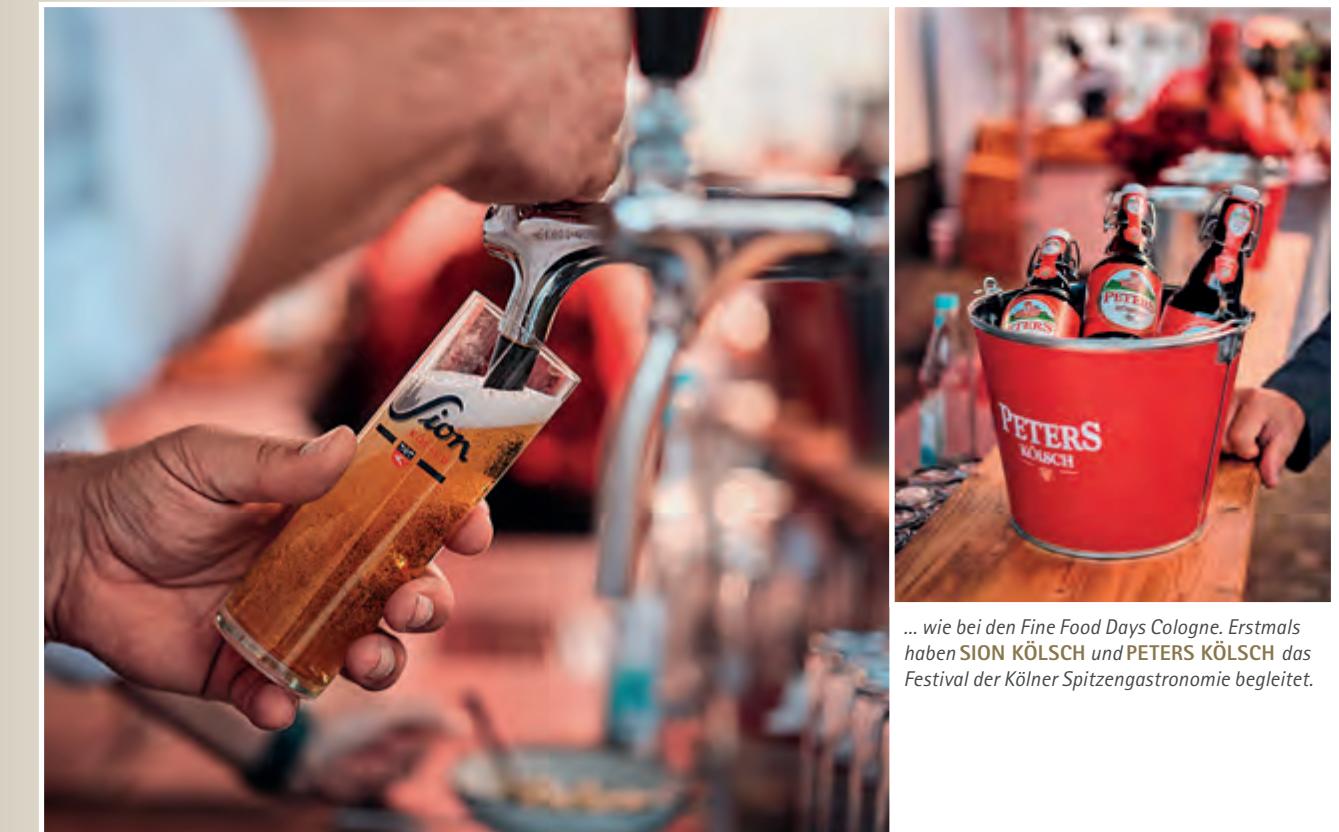
v.l.n.r.: Bernd Herrmann, Bereichsleiter Gastronomie Tucher Privatbrauerei, Heinz Christ, Geschäftsführer Tucher Privatbrauerei, Dr. Andrea Heilmair, Wirtschaftsreferentin der Stadt Nürnberg, Agata Max, Betreiberin Wirtshaus Albrecht, Andreas Fuchs, Küchenchef Wirtshaus Albrecht, und Martin Diermeier, Betreiber Wirtshaus Albrecht.



... auch als Tankbier-Pionier: Als erste Gaststätte in Friesland setzt „1848 Pütt“ auf Tankbier. Die erste Betankung wollten sich auch Marketingleiter Tim Pieritz und Michael Reitze (v.l.n.r.), Sprecher der Geschäftsleitung des FRIESISCHEN BRAUHAUS' ZU JEVER, nicht entgehen lassen.



... und dabei auch weiterhin auf Tankbier gesetzt: Im Bavaria Berlin unweit vom Brandenburger Tor haben wir fünf Tanks für unser SCHULTHEISS und, Premiere in Berlin, für OBERDORFER HELLES installiert.



... wie bei den Fine Food Days Cologne. Erstmals haben SION KÖLSCH und PETERS KÖLSCH das Festival der Kölner Spitzengastronomie begleitet.

... und wurden mit unserem SCHÖFFERHOFER WEIZEN-MIX als „Getränke-Highlight des Jahres 2024 in der Gastronomie“ geehrt. Diese Auszeichnung geht auf eine Wahl durch die Leserinnen und Leser des Fachmagazins FIZZ zurück und ist die zweite dieser Art in Folge. Zudem sicherte sich unser JEVER FUN bei dieser Bewertung in der Kategorie „Alkoholfreie Biere“ den zweiten Platz.



... wir haben unsere
nachhaltigen Ziele weiterverfolgt ...



... wie beispielsweise in **RADEBERG**, wo der Rollout der 2. Generation der **E-STAPLER** vom kleinen E20 bis zum großen E80 abgeschlossen ist. Nach mehr als sechs Jahren im Einsatz haben unsere bisherigen Stapler das Ende ihres Lebenszyklus erreicht. Nun wurden sie schrittweise von den nagelneuen vollelektrischen Fahrzeugen ersetzt.



... auch in besonders „schweren“ Fällen: Die **STUTTGARTER HOFBRÄU** hat ihren 4.000 Kilo schweren mechanischen Brüdenverdichter ausgetauscht. Der Brüdenverdichter nutzt den beim Würzkochen entstehenden Dampf – den sogenannten Brüden –, um wertvolle Energie zurückzugewinnen. Er hilft der Stuttgarter Hofbräu also, effizienter und nachhaltiger zu brauen.



... und konnten viele neue Azubis bei uns begrüßen. Unsere neuen Auszubildenden aus dem 1. und unsere bestehenden Kolleginnen und Kollegen aus dem 3. Lehrjahr haben wir zu den **AZUBI-TAGEN** in Frankfurt eingeladen. Dort kamen 67 Auszubildende aus den verschiedensten Berufen zusammen, um sich untereinander sowie mit Wolfgang Janssen, HAL Technik, und Jens Berberich, HAL Einkauf, Logistik und Nachhaltigkeit, auszutauschen.



... wie beispielsweise mit **VERTRAGSANBAU**. Zu diesem Thema hat der Fachbereich Nachhaltigkeit einen Film erstellt, der Einblicke in die Arbeit eines unserer Vertragslandwirte und Antworten gibt und den Sie auf der Website www.nachhaltigkeit.radeberger-gruppe.de oder direkt über den folgenden QR-Code finden können:



... und haben die Effizienz unserer Produktion weiter gesteigert. Mit unserer neuen **BIERRÜCKGEWINNUNGSANLAGE** in **JEVER** gewinnen wir jährlich bis zu 40.000 Hektoliter Filtrat – das entspricht dem Volumen, das wir in einer Woche in unserem Sudhaus produzieren können.
(Im Bild: Projektleiter Florian Harms)

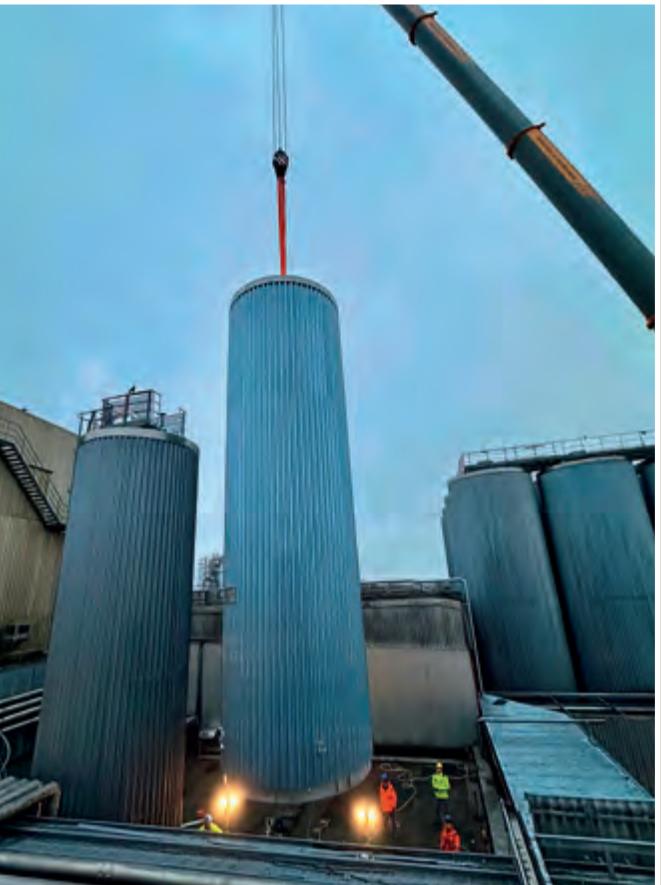


... und unseren Einsatz erneuerbarer Energien mit der neuen **PHOTOVOLTAIKANLAGE IN FREIBERG** weiter vorangetrieben. Sie erstreckt sich über einen Teil des Lagers und über die Halle des Neubaus des Projekts „Grüne Wiese“ und deckt mit einer Leistung von 361 kWp mehr als zehn Prozent des gesamten Strombedarfs der Brauerei. Damit spart der Betrieb innerhalb eines Jahres rund 200 Tonnen CO2 ein, was in etwa der Menge entspricht, die 10.000 Bäume in diesem Zeitraum binden können.

... wir haben unsere
nachhaltigen Ziele weiterverfolgt ...



... beispielsweise mit der Inbetriebnahme unseres neuen Zuckertanks in Jever. Der neue Tank steigert unsere Effizienz bei der Herstellung und Abfüllung von JEVER Fun Zitrone und Blutorange weiter. Der tonnenschwere Riese hat im Vergleich zu den bisher genutzten Tanks ein 100-fach größeres Volumen.



... und dafür in moderne Sortiertechnik und Infrastruktur investiert: Das FREIBERGER BRAUHAUS hat seine neue LEERGUTSORTIERHALLE mit einem Pressetermin und einem Mitarbeiterfest feierlich in Betrieb genommen. Damit setzt unser Standort in der Silberstadt in seinem Jubiläumsjahr ein klares Zeichen für Nachhaltigkeit, Effizienz und regionale Verantwortung.



... sind bei vielen Messen mit Kunden oder auch Nachwuchskräften ins Gespräch gekommen ...



... und haben unsere Leipziger Marke STERNBURG ins Rampenlicht der internationalen Lebensmittel- und Getränkebranche gestellt. Für die ANUGA, die weltgrößte Food- und Getränkemesse, sind viele Tausende Gäste aus aller Welt in die Domstadt gekommen. Dort haben die Kolleginnen und Kollegen unserer Exportabteilung und die Leipziger Markenverantwortlichen Exportpotentiale für unsere Leipziger Marke ausgelotet, Netzwerke zu möglichen Exportpotenziale gespannt – und so ein Gefühl dafür bekommen, ob unser „Stern“ auch internationales Potenzial haben könnte.



... erstmals auch mit einem eigenen JEVER-Stand bei der Verleihung der „Supermarkt Stars 2025“ der Lebensmittel Zeitung. Dort konnten die geladenen Gäste nicht nur Jever Fun, Jever Fun Zitrone oder Jever Pilsener genießen, sondern auch Informationen rund um unsere friesisch-herbe Marke erhalten.

v.l.n.r.: Holger Ilm (Feldleiter), Christoph Weiter (Gebietsleiter), Markus Schleider (Gebietsleiter), Marcus Haas (Regionalleiter)



... um wichtige Kontakte zu pflegen oder neu zu knüpfen und mit einem vielfältigen Angebot aus unserem Portfolio vor Ort zu begeistern wie auf der diesjährigen Nord Gastro & Hotel Messe in Husum. Vor allem unser Tankbier-Konzept am Beispiel von JEVER PILSENER wurde zum viel beachteten Highlight.

Auch unsere PEPSI-Mixology-Bar zog viele Interessierte an.



... waren an allen

Standorten

sehr aktiv ...



... und haben dabei auch großen Wert auf die regionale Verbundenheit gelegt. Das FREIBERGER BRAUHAUS hat sich der Dachmarke Erzgebirge angeschlossen und unterstreicht damit gemeinsam mit vielen Partnern den Einsatz für die Region.

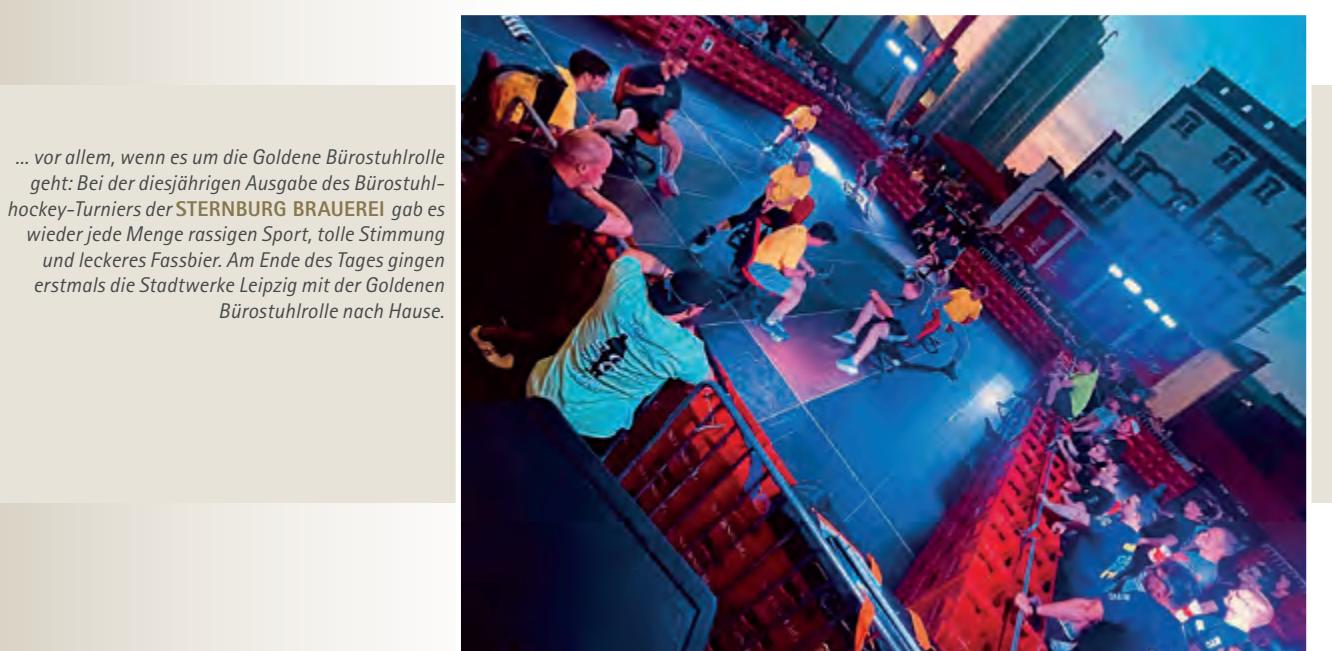
v.l.n.r.: Frank Rehagel (Leiter Marketing Freiberger Brauhaus), Dr. Peggy Kreller (Geschäftsführerin Wirtschaftsförderung Erzgebirge GmbH), Ronny Schwarz (Geschäftsführer Tourismusverband Erzgebirge e.V.)



... und haben mit der Bierprobe den nächsten Jahrgang unseres frisch-herben JEVERS vorbereitet. Die gestrenge Prüfungskommission konnte uns urkundlich bestätigen, dass der Jahrgang 2025 / 26 die Probe bestanden hat.



... und uns zum Teil organisatorisch neu aufgestellt: Das ALLGÄUER BRAUHAUS hat zusammen mit der hundertprozentigen Tochtergesellschaft Getränke Service Allgäu Kleinwalsertal GmbH (GSA) ein neues Regionallager in Kempten aufgebaut. Mit der modern ausgetragenen Logistikdrehscheibe setzen ABK und GSA ein starkes Zeichen für größere Kundennähe, mehr Effizienz und klimafreundlichere Logistik sowie nachhaltiges Wachstum im Heimatmarkt Allgäu.



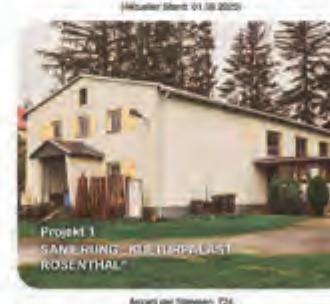
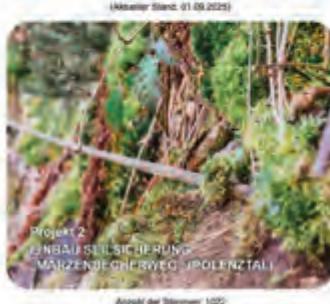
... vor allem, wenn es um die Goldene Bürostuhlrolle geht: Bei der diesjährigen Ausgabe des Bürostuhlhockey-Turniers der STERNBURG BRAUEREI gab es wieder jede Menge rassigen Sport, tolle Stimmung und leckeres Fassbier. Am Ende des Tages gingen erstmals die Stadtwerke Leipzig mit der Goldenen Bürostuhlrolle nach Hause.

... waren an allen

Standorten

sehr aktiv ...

... und haben uns in unserem Umfeld engagiert: Die **RADEBERGER EXPORTBIERBRAUEREI** hat im Rahmen ihrer Spendenaktion „Gemeinsam für die Heimat“ auch in diesem Jahr wieder fünf Projekte in der Sächsischen Schweiz finanziell unterstützt. In einem Online-Voting haben sich die Teilnehmenden für das Feuerwehr-Mobil Bad Schandau, die SandsteinSpiele des Landschaftstheaters Sächsische Schweiz, die Sanierung des Vereins- und Probenhauses der Sachsenländer Blasmusikanten, den Einbau einer Seilsicherung am „Märzenbecherweg“ und die Sanierung des Kulturpalasts Rosenthal entschieden.



... und durften im Friesischen Brauhaus zu **JEVER** eine zwölfköpfige Delegation vom Verband der Diplom Biersommeliers, Sektion Norddeutschland, begrüßen. Für die Gäste gab es einen Blick hinter die Kulissen und eine abschließende Verkostung des Jever Tankbiers in der örtlichen Gastronomie Pütt 1848.



... und haben mit unseren

Töchtern und Beteiligungen

für viel Bewegung gesorgt ...



... beispielsweise mit über 1000 Gästen bei der 1. bundesweiten Hausmesse von **GETRÄNKE HOFFMANN**. Diese fand in Berlin mit mehr als 80 Ständen auf 2.500 m² statt. Den Mitarbeitenden und Handelspartnern aus den Filialen wurde die Möglichkeit geboten, spannende Gespräche mit Herstellern und Brauereien zu führen und die neuesten Produkte aus erster Hand zu testen.

DRINK PORT

Wir liefern Erfolg

... und haben dafür den Markenauftritt von **DRINKPORT**, der Muttergesellschaft unserer Beteiligungen im gastronomie-orientierten Getränkefachgroßhandel, modernisiert: Unter dem Markenclaim „Wir liefern Erfolg“ stellt der neue Look die Zusammenarbeit der einzelnen Unternehmen sowie die Vorteile des Verbunds für die Gastronomiekunden in den Vordergrund.

Ein Ziel der Modernisierung des Markenauftritts war die Entwicklung einheitlicher Logos und eines einheitlichen Erscheinungsbilds, das alle Drinkport-Unternehmen auf ihren Websites und Social-Media-Kanälen nutzen können.



... wir haben

Teambuilding gefördert und unsere Mitarbeiter weitergebildet ...



... so stand der Teamgeist auch beim 11. FUSSBALLCUP DER RADEBERGER GRUPPE im Fokus, der in Rostock stattfand. 14 Mannschaften aus den verschiedenen Standorten spielten um den Wanderpokal, der zum dritten Mal in Folge an das Team „Selters Allstars“ ging. Genauso wichtig ist aber, dass sich das Zusammentreffen der

verschiedenen Standorte erneut durch die Fairness auf dem Platz und das Miteinander neben dem Spielfeld ausgezeichnet hat. Für Begeisterung sorgte zudem eine eigens organisierte Straßenbahn-Sonderfahrt, die die Teams nicht nur zwischen Spielstätte und Brauerei transportierte, sondern auch einen Eindruck von der Hansestadt vermittelte.

... und waren dabei sportlich und mit viel Engagement dabei: Unser FRANKFURTER Drachenboot-Team ist zum siebten Mal beim Museumsuferfest im Mixed-Fun-Cup gestartet. Und unsere STUTTGARTER HOFBRÄU war mit einem Käpsele-Team auf dem Neckar unterwegs, bejubelt von Kolleginnen und Kollegen sowie Familienangehörigen an Land.



... wie mit dem ENTWICKLUNGSPROGRAMM SPOTLIGHT, für das 23 Mitarbeitende aus den Bereichen Vertrieb Gastronomie, IT, HR, Marketing, Vertriebsrecht und Controlling nach Leipzig gereist sind. Mit dabei waren auch Frank Bleckmann, HAL Vertrieb Gastro, Patrick Brugger, HAL IT, und Adrian Klie, Commercial Director Pepsi, die ihre Erfahrungen mit den Teilnehmenden geteilt haben.

... wir haben uns auch 2025 wieder

gesellschaftlich engagiert ...

... und haben uns in Nürnberg für das Ehrenamt und für die Stärkung der Menschenrechte eingesetzt. Zusammen mit der Stadt Nürnberg hat unsere **TUCHER PRIVATBRAUEREI** vier Vereine mit dem „Nürnberger Herz“ ausgezeichnet. Zudem hat das Tucher-Team bei der Nürnberger Friedenstafel unter dem Motto „Gemeinsam Zeichen setzen“ Spenden für das Nürnberger Büro für Menschenrechte gesammelt.



... und haben mit dem **FREIBERGER BRAUHAUS** zwei neue Rastplätze im Erzgebirge eingeweiht, mit denen wir den Tourismusverband Erzgebirge und die nachhaltige Stärkung des Tourismus in der Region unterstützen.

v. l. n. r.: Maskottchen Freibert, Robert Lasar (Sachgebietsleiter Straßenwesen), Landrat Sven Krüger, Heiko Schwarz (SAXONIA Standortentwicklung), Anja Fiedler (Leiterin Amt Kultur-Stadtmarketing), Holger Scheich (GF Freiberger Brauhaus), Braumeister Michael und Birgit Knöbel vom Tourismusverband Erzgebirge.



... und mit der Integrationsgesellschaft Allgäu (IGA) zusammengearbeitet, um 100 **ALLGÄUER BÜBLE** Bänke für ein großes Gewinnspiel zu fertigen. Dort haben Menschen mit körperlichen oder geistigen Beeinträchtigungen in stundenlanger Handarbeit Eschenbretter getrocknet, gehobelt, zugeschnitten, feingeschliffen und verleimt. Jedes Exemplar bringt stolze 60 Kilogramm auf die Waage.



v.l.n.r.: Stadträtin Ina Hauck, Binding-Kulturpreisträger Heiner Blum, Bergit Gräfin Douglas als Vorsitzende des Vorstandes der Binding-Kulturstiftung und Binding Pressegesprecherin Claudia Geisler.

... was gerne auch mal in förmlicher Atmosphäre passieren darf: Mit dem **BINDING KULTURPREIS** haben wir in diesem Jahr Heiner Blum ausgezeichnet. Der Professor für Experimentelle Raumkonzepte an der HfG Offenbach und Gründer zahlreicher soziokultureller Initiativen hat sich mit jahrzehntelanger Arbeit für situationsbezogene Kunst im Raum und für die Öffnung von Räumen für die Kunst einen Namen gemacht.

... und haben mit unendlich vielen Aktionen, Initiativen und Maßnahmen für ein

buntes und spannendes Jahr 2025 gesorgt ...



... dabei hatten wir in KÖLN auch mehrere Gastronomen dabei. Volker Weininger, auch bekannt als der Sitzungspräsident, ist mit Georg Schäfer, Geschäftsleitung des Hauses Köscher Brautradition, mit Verkaufsdirektor Ralph Kirsch und mit zahlreichen Gastronomen durch fünf Kneipen gezogen. Dieser „Zug durch die Gemeinde“ war eine tolle Gelegenheit, Verbindungen zu knüpfen und einen Abend voller Leichtigkeit, Köscher Herzlichkeit und Geschichten zu erleben.

... und den ALLGÄUER BÜBLE Ballon mit seiner neuen Hülle in die Lüfte gehoben. Die frischen Farben ziehen nicht nur alle Blicke auf sich, sondern sorgen auch bei Crew und Passagieren für große Begeisterung.



... was sich auch an unseren Social-Media-Kanälen zeigt: SCHÖFFERHOFER WEIZEN und FREIBERGER PILSNER haben auf Instagram die 10.000er-Marke geknackt – ein weiteres Zeichen für die wachsende Popularität unserer Marken.



... und dafür die Haltestelle Waldplatz, die in Leipzig in direkter Nähe zur Handballarena und zum Fußballstadion liegt, zur UR-KROSTITZER Fan-Haltestelle gemacht. Zur feierlichen Einweihung hatten es sich die Markenmaskottchen Uri, BalLeo vom Handballverein SC DHfK und Bulli vom Fußballverein RB Leipzig zur Aufgabe gemacht, höchstselbst gemeinsam ein Band durchzuschneiden und damit symbolisch die Haltestelle zu eröffnen.



... und haben mit unendlich vielen Aktionen, Initiativen und Maßnahmen für ein

buntes und spannendes Jahr 2025 gesorgt ...



... auch als Unterstützer der Vereine vor Ort. ORIGINAL SELTERS hat dem Fußballverein aus seiner Heimat, dem TuS Löhnberg, neue Trikots gespendet.

Beim gemeinsamen Fototermin strahlten nicht nur die neuen Trikots, sondern auch die Gesichter.

v.l.n.r.: Ibrahim Kiyak (Spielausschuss) und Thorsten Eidenmüller (1. Vorsitzender der Hauptabteilung Fußball) vom TuS Löhnberg mit Sergiu-Daniel Scarlatescu (Linienführer), Daniela Münch (Marketing), Dennis Krörzer (Logistikleiter) und Rudolf Greimel (Sprecher der Geschäftsführung) von der SELTERS Mineralquelle Augusta Victoria.



... und haben in Düsseldorf einen runden Geburtstag erlebt: Das SCHLÖSSER Zelt hat auf der diesjährigen Rheinkirmes mit einem abwechslungsreichen Live-Programm sein 40-jähriges Jubiläum gefeiert.



KEIN ZUCKER,
WENIG *Kalorien*,
ABER GANZ
VIEL WOW!

RADEBERGER ALKOHOLFREI

SCHON
ALKOHOLFREI
ERFRISCHT?

