

Datum: 23. Juli 2013

Bitburgers neue Biere stehen nicht im Regal

Rolf Seydewitz

Die Bitburger Brauerei hat still und heimlich drei neue Biere auf den Markt gebracht. Wer sie schmecken möchte, muss die Flaschen im Internet bestellen. "Ein interessantes Experiment", sagt Bit-Geschäftsführer Jan Niewodniczanski.

Bitburg. Neue Biere? Von Bitburger? Kein neues Mischgetränk, sondern wirklich etwas für Bierliebhaber? Wer sich in den vergangenen Tagen umhörte, ob sein Gegenüber schon etwas von den jüngsten Bierkreationen aus der Eifel gehört habe, ertete meist Kopfschütteln. Das ist auch nicht weiter verwunderlich. Denn erstens sind die Biere erst seit einer Woche auf dem Markt, und zweitens werden sie nicht beworben.

Verzicht auf Werbung

Ein Bier aus dem Hause Bitburger, für das nicht getrommelt wird? Kaum zu glauben, steckt doch die Eifeler Braugruppe (Bitburger, König Pilsener, Königsbacher, Licher, Nette, Köstritzer, Wernesgrüner) jährlich zig Millionen Euro in die Werbung. Und ausgerechnet bei den drei neuen Bierern soll darauf verzichtet werden?! "Wir wären in diesem Segment chancenlos", sagt der für die Produktion zuständige Bit-Geschäftsführer Jan Niewodniczanski. "Du musst durch das Produkt überzeugen, eine große Marketingmaschinerie wäre kontraproduktiv."

Das Produkt sind drei sogenannte Craft-Biere (von Craft = Handwerk, handgemacht), die Bitburger unter dem Label Craftwerk Brewing auf den Markt bringt. Klingt amerikanisch, und soll auch amerikanisch klingen, sagen der Bit-Chef und der Leiter der Versuchsbrauerei, Stefan Hanke. Denn der Craftbier-Trend komme aus Amerika, erklären die beiden Experten. "Dort wird in den Bars Craftbeer getrunken und nicht Wodka Red Bull", sagt Niewodniczanski und hofft wohl insgeheim, dass die Deutschen auch bei diesem Trend den USA folgen werden.

Aber was ist denn eigentlich Craft-Bier? Eine Gegenbewegung zu den eher austauschbaren amerikanischen Lagerbieren, gekennzeichnet durch mehr Handwerk und kleinere Chargen. "Und beim Geschmack und Alkohol gehen die Brauer an die Extreme", sagt Bit-Chef Jan Niewo.

Was das in der Praxis bedeutet, kann man schmecken: Das "Tangerine Dream" ist ein Pale Ale, also ein helles, obergäriges Bier mit 5,8 Volumenprozent Alkohol. Das "Hop Head IPA7" hat ein intensiveres Hopfenaroma und satte acht Prozent Alkohol. Und das "Holy Cow" (Heilige Kutte) ist an ein belgisches Klosterbier angelehnt und hat stolze neun Volumenprozent Alkohol.

Stolze Preise

Stolz ist auch der Preis der allesamt in Bitburg gebrauten Craftbiere: Die 0,33-Liter-Flasche kostet zwischen 2,10 und 2,40 Euro und ist damit rund fünf Mal so teuer wie eine vergleichbare Flasche Pils. Zu bestellen ausschließlich über das Internet (www.craftwerk.de; Mindestabnahme zwölf Flaschen).

Nach Angaben des Chefs der Versuchsbrauerei, Stefan Hanke, hat die Entwicklung der neuen Biere zwischen sechs und zwölf Monaten gedauert. "Es wird nicht bei diesen drei Sorten bleiben", sagt Geschäftsführer Jan Niewodniczanski, schränkt aber gleichzeitig auch ein: "Erst mal sehen, was passiert, es ist ein interessantes Experiment."

Ein Experiment, über das in den sozialen Netzwerken schon heftig und kontrovers diskutiert wird.

Extra

Absatzkrise: Der deutsche Biermarkt ist weiter auf Talfahrt. Nach Analysen des Branchenfachmagazins Inside droht den Brauern in diesem Jahr der "prozentual stärkste Bierrückgang in der Geschichte der Republik". Bis Ende Mai ging der Bierabsatz demnach um 1,6 Millionen Hektoliter (ein Hektoliter = 100 Liter) oder 4,1 Prozent zurück. Von den großen Marken konnten lediglich Warsteiner, Augustiner, Franziskaner und Jever etwas zulegen. Alle anderen großen Brauereien haben zur Halbzeit ein Minus vor dem Komma. Die Bitburger Brauerei liegt mit minus vier Prozent im Durchschnitt, wobei besonders der Fassbierabsatz schwächelt (minus 8 %). Prozentual am stärksten verloren Hasseröder (-14,1 %) und Beck's (-11,5 %). Hauptgrund für den über Gebühr gesunkenen Bierdurst ist das schlechte Wetter im Frühjahr. Im Juli rechnet zumindest Bitburger dank Top-Temperaturen mit einem Rekordabsatz. Die für Herbst angekündigte Bierpreiserhöhung vieler Brauereien dürfte die Nachfrage allerdings nicht beflügeln. sey

