



---

BITBURGER BRAUGRUPPE

STARKE MARKEN

---

# Poolflasche vs. Individualflasche

---

Entwicklungen und Bestandsaufnahme für  
Brauereien/Bier in Deutschland



BITBURGER BRAUGRUPPE  
STARKE MARKEN

BITBURGER  
BRAUGRUPPE  
STARKE MARKEN



# UNSERE BRAUGRUPPE IM ÜBERBLICK.

- 100% Familienbesitz
- 7. Generation in der Geschäftsführung
- 1.500 Mitarbeiter
- 729 Mio. € Umsatz



## FÜR UNSERE QUALITÄT TUN WIR ALLES.

- Höchste Qualität auf allen Ebenen ist unser Ziel und zentraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie.
- Unser Qualitätssicherungssystem garantiert, dass nur erstklassige Produkte mit besten Rohstoffen hergestellt werden und zum Kunden gelangen. Um dies sicherzustellen, sind wir nach dem international anerkannten Lebensmittelsicherheitsstandard FSSC 22000 zertifiziert.
- Wir sehen unsere Aufgabe in der ständigen Optimierung der Qualität unserer Produkte und Serviceleistungen.
- Die Grundlage zum Erreichen und zur Sicherung unserer Bierqualität ist das Reinheitsgebot von 1516.



## WIR DENKEN IMMER AUCH AN MORGEN.

- Nachhaltiges Handeln gehört seit jeher zum Selbstverständnis der Bitburger Braugruppe. Seit 2011 gehen wir dieses Thema strategisch an und implementieren es systematisch in unseren Prozessen.
- Seit 2013 sind wir nach dem Standard „Nachhaltiger Wirtschaften“ zertifiziert, der vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke entwickelt wurde.
- In unseren Nachhaltigkeitsberichten informieren wir über die Wirksamkeit unserer Maßnahmen und formulieren neue Ziele.
- Wir brauen klimaneutral: Seit Ende 2020 stellen wir als erste Brauereigruppe Deutschlands unser Produkt-Portfolio an allen unseren Brauerei-Standorten klimaneutral her.



## WIR STEHEN ZU UNSERER VERANTWORTUNG.

- Als Hersteller alkoholhaltiger Getränke tragen wir eine große Verantwortung.
- Wir rufen zu einem maßvollen Biergenuss auf und geben mit unserem „Kodex zur verantwortungsvollen Produktvermarktung“ klare Richtlinien für unsere tägliche Arbeit vor, die für alle Mitarbeiter und Dienstleister verbindlich sind.
- Wir engagieren uns seit Jahren für Initiativen im Bereich der Alkoholprävention.
- Wir bieten ein ständig wachsendes Angebot an alkoholfreien Bieren und Biermischgetränken, darunter auch Bitburger 0,0%.



## WIR SIND EIN VERLÄSSLICHER ARBEITGEBER.

- Wir beschäftigen 1.500 Mitarbeiter an vier Standorten.
- Wir bieten moderne Arbeitsplätze und mitarbeiterorientierte Arbeitszeitsysteme.
- Wir sehen gut entwickelte Führungs- und Informationsinstrumente als wesentlichen Baustein unseres Erfolgs.
- Wir fördern und fordern unsere Mitarbeiter, Praktikanten und Trainees mit umfassenden Weiterbildungs- und Qualifizierungsprogrammen.
- Aktuell bilden wir 87 junge Menschen in 13 Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen aus.
- Wir bieten eine sozialpartnerschaftliche Unternehmenskultur und betriebseigene Altersvorsorge.



- die 0,5 l Euroflasche löst ab Mitte der 60er Jahre die Bügelflasche als die Bierflasche in Deutschland ab
- als Einheitskasten gab es den „ochsenblutroten“ Kunststoffkasten
- allerdings gab es auch viele Individualkästen
- „Individualflaschen“ gab es auch damals schon: z.B. die 0,5 l Veltins Steinie und die Stauder 0,5 l Vichyflasche
- > 70% des Flaschenbierabsatzes in Deutschland wurde in den 80er Jahren in der 0,5 l Euroflasche abgefüllt
- die Fassbierabsätze besonders bei großen Brauereien waren mit 30 – 50 % deutlich höher wie heute
- die König Brauerei hatte als Marktführer Anfang der 80er Jahre einen Ausstoß von 2,5 mio hl
- bei 0,33 l war die Vichyflasche üblich („Gold- oder Silberhäschen“)
- in Norddeutschland hat bis heute 0,33 l Steinie eine große Bedeutung aber auch z.B. in Bitburg
- Flensburg hat nie die Bügelflasche abgeschafft
- außerdem nutzten Becks und Jever die grüne Longneckflasche

# Bierflaschen in den 70 und 80er Jahren



BITBURGER BRAUGRUPPE  
STARKE MARKEN



EURO  
0,5



Steinie  
0,33



NRW  
0,5



Longneck  
0,33



Vichy  
0,33  
NRW

# 0,5 l Verbandsflasche



BITBURGER BRAUGRUPPE  
STARKE MARKEN

- Ende 1987 von der König Brauerei eingeführt
- NRW Flasche: weil mehrere Brauereien in NRW und der Verband Rheinisch Westfälischer Brauereien an der Entwicklung beteiligt waren
- die Regionalität wurde dann schnell aufgegeben und der DBB erstellte auf Basis der bestehenden Entwürfe aus NRW die vertraglichen Vereinbarungen zur Herstellung und Nutzung der Flasche -> geregelter Pool
- obwohl es keine Empfehlung zur Einführung gab, wurde sie schnell zur neuen Standardflasche für Bier
- damit führten aber auch alle Brauereien Individualkisten ein (Sortierung!)



- Qualitätskriterien im Standardblatt A 82 festgelegt
- Verbandskennzeichen Sudpfanne
- STL B Bierflaschen
- weitgehende Qualitätsüberwachung der beigetretenen Glashütten
  
- Verwender verpflichten sich beim Einkauf auf Standardblatt A 82 und STL B
- Verwender verpflichten sich zur Poolpflege (Mündung und Scuffing)
  
- Kontrolle des Pflegezustands des Pools Ende 1993 24 % der Flaschen wiesen Scuffingringe zw. 2-3 mm auf und 8 % > 3mm

Fazit eines Artikels in der Brauwelt 30/31 (1994) von Hans Jörg Bosch und Nico Tessin vom Deutschen Brauer Bund

Die mit der Bildung des Pools der 0,5 l Verbandsflasche befassten Instanzen haben umfangreich sowie problembezogen gedacht und sicherlich auch gemäß der damit verbundenen Verantwortung organisatorisch alle notwendigen Maßnahmen getroffen.

Die Qualitätssicherung des Pools ist nur zu realisieren mit dem disziplinierten Verhalten aller Beteiligten. Dieses beginnt bei der Wahl des Flaschenlieferanten und umfasst weiterhin die Auslegung der Abfüllanlagen und der Sortiermaßnahmen. Es geht um Qualitätskosten, die jeder Poolteilnehmer erbringen soll.

# Veränderungen im Biermarkt ab 1990



- in den 90er Jahren entwickeln sich nationale Biermarken z.T. deutlich > 2,5 Mio. hl
- meist als Monomärke
- Beispiele: Warsteiner, Bitburger, Krombacher,
- Fassbieranteil sinkt auf < 30 %
- LEH gewinnt an Bedeutung und damit auch der Preis
- diese Entwicklungen genauso wie der Konzentrationsprozess hängen auch stark mit der deutschen Wiedervereinigung zusammen
- Ausländische Konzerne kaufen oder beteiligen sich an deutsche Brauereien (Diebels, Becks, Spaten, Gilde, Holsten, Paulaner)
- Einführung von Biermix und Sortimentserweiterung (alkoholfrei, Weizen ...)
- Gebindevielfalt (Flasche und Kiste)
- Individualflaschen werden erst ab 2000er ein Thema

# Veltins 1957, 1995 und 2006 (2009)



BITBURGER BRAUGRUPPE  
STARKE MARKEN



2024



Einführung  
Veltins Helles Lager  
in der 0,275 l  
Flasche und einer  
eigener Kiste

# Individualflaschen



BITBURGER BRAUGRUPPE  
STARKE MARKEN



# Warum Individualflasche

- Der NRW Pool wurde von den Verwendern nicht mehr gepflegt
- Der LN Pool ist nicht geregelt, also keine Alternative
- Sortierquote ist häufig besser
- Neuglas gut zu disponieren
- unabhängige Poolpflege, besonders interessant bei schonendem Flaschentransport in der Abfüllanlage
- zw. 2000 und 2020 wegen der Kostensituation wirtschaftlich sehr interessant
- Marketinginstrument
- Einführung und Zustand des Pools am Beispiel Bitburger (Ausgangssituation, Alternativen, Kosten, Ergebnis)





- MPB Mehrwegpool

- Genossenschaft gegründet von Bayr. Brauer Bund, Brauereiverband NRW, Sozität Norddeutsche Brauereiverbände und 6 Brauereien
- Aufbauend auf dem vorhandenen MW Einheitsgebinden soll das MW System stabilisiert werden
- Von der kontrollierten Poolpflege unter dem Dach der Genossenschaft verspricht man sich mittelfristig den Stop und langfristig die Abkehr von Individualgebinden.
- Sowie eine Stärkung des Glas MW Systems und eine weitgehende Gebinde Standardisierung

- GeMeMa

- Ende 2020 von Krombacher, Warsteiner, Radeberger Gruppe und Bitburger Braugruppe gegründet, offen für weitere Teilnehmer
- Ziel ungelenkte in gelenkte Pools mit definierten Qualitätsstandards zu transformieren
- Ausschleuss- und Neuglasquoten werden von der Gesellschafterversammlung auf Empfehlung der Fachbeiräte festgelegt.
- Der 0,33 l Longneck Pool wurde als erstes gegründet. Für die Flasche wurde mit der BV Glas das Standardblatt A 200 entwickelt.
- In der Abfüllung gibt es keinen Unterschied zwischen alter und neuer Flasche. Die Erfahrungen der Poolteilnehmer sind durchweg positiv.
- Eine erste Poolbewertung mit alten und neuen Flaschen durch die VLB wurde 2022 erstellt. Aktuell läuft die Probenahme für die 2. Bewertung.
- Entwürfe neuer Standardblätter für 0,5 l LN und NRW liegen vor.

- Der Biermarkt in Deutschland hat sich in den letzten Jahren noch mehr zu einem Verdrängungsmarkt entwickelt
- trotzdem gute Möglichkeiten für lokale Brauereien
- Corona hat die finanzielle Situation für Brauereien deutlich negativ beeinflusst und die Konsumgewohnheiten nochmal geändert
- der Craftbier Boom, wenn es ihn in Deutschland überhaupt gegeben hat, ist auf dem Boden der Tatsachen angekommen
- der Ukraine Konflikt und die daraus resultierende Energiekrise hat die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Braubranche nachhaltig negativ beeinflusst
- damit sind auch die Spielräume für Veränderungen bei Gebinden deutlich kleiner geworden

# Fazit Poolflasche vs. Individualflasche



BITBURGER BRAUGRUPPE  
STARKE MARKEN