

Quelle: Eifel Hautnah – Das Buch 2021

Datum: 01.01.2021

Seite: 120 - 125



LINKS: BITBURGER PREMIUM PILS IST DEUTSCHLANDS FASSBIERMARKE NUMMER EINS.

BITBURGER BRAUKUNST SPITZENQUALITÄT AUF ALLEN EBENEN

BIER VERBINDET – DENN BIER STEHT MEHR ALS JEDES ANDERE GETRÄNK FÜR GASTFREUNDSCHAFT UND GESELLIGKEIT, GEMÜTLICHKEIT UND GENUSS. AUCH IN DER EIFEL HAT DAS BIERBRAUEN EINE LANGE TRADITION. VIELERORTS GAB ES KLEINE HAUSBRAUEREIEN, DIE DIE NACHBARSCHAFT MIT BIER VERSORGTEN.

In Bitburg lassen sich spätestens ab 1760 erste Brauereien schriftlich nachweisen. So verzeichnete der „Theresianische Kataster“, in dem damals der Bestand aller Bürger im Herzogtum Luxemburg registriert wurde, zwei Brauereien. 1817 kam eine dritte Brauerei hinzu. Diese wurde von Johann Peter Wallenborn von dem Schäkentor errichtet. Das war der Beginn der über 200-jährigen Erfolgsgeschichte der Bitburger Brauerei, die zu den bedeutendsten Privatbrauereien Deutschlands zählt. Die ausgewiesenen Pils-Spezialisten brauen bis heute nicht nur das beliebteste Bitburger Premium Pils, sondern haben auch ein feines Geschick für wechselnde Verbraucherwünsche und innovative Biere.

Das erste Bier der damals noch kleinen Landbevölkerung boten die Kunden direkt vor Ort ab. Wallenborn braute übergärtiges Bier, das allerdings nicht lange lagerfähig und daher für den raschen Verzehr bestimmt war.

NEUE BRAUART – NEUE HERAUSFORDERUNGEN

Sein Enkel Theobald Simon sah die Zukunft des Unternehmens nur durch einen expandierenden Vertrieb gesichert. Aber die beschränkten Absatzmöglichkeiten aufgrund der niedrigen Bevölkerungsdichte

als auch die verkehrstechnisch wenig erschlossene Eifel stellten große Hindernisse dar. Daher modernisierte Simon den Betrieb und investierte gezielt in neue Technologien. 1879 entschied er, zum untergärtigen Brauverfahren zu wechseln. Ein Ereignis, das die Entwicklung der Brauerei maßgeblich prägte. Theobald Simon hatte sich aus voller Überzeugung dafür entschieden, um sein Unternehmen auszubauen und sein Bier über die Grenzen Bitburgs hinaus bekannt zu machen.

Das Untergärige eignete sich durch seine bessere Haltbarkeit besonders für den Transport über längere Strecken. Diese Brauart machte jedoch eine ganzjährige Kühlung notwendig. Da es in Bitburg keine hierfür geeigneten Felsenkeller gab, errichtete er im selben Jahr eine mit Naturstein gekühlte „Kanselkeller“. Diese innovative, künstlich angelegte Kellerranlage funktionierte nach einem einfachen, aber wirkungsvollen System: Der zwischen Gie- und Lagerkellern liegende Eiskeller war mit diesen durch Laken verbunden, die je nach Kaltebedarf geöffnet oder geschlossen werden konnten. Um für die Kanselkeller fortlaufend das so wichtige Eis liefern zu können, mussten die Brauer im Winter so viel Natureis wie möglich „ernten“.

GETRÄNKE AUS DER EIFEL

121



1817 GRÜNDETE JOHANN PETER WALLENBORN VON DEM SCHÄKENTOR DIE BITBURGER BRAUEREI.

Beste Bedingungen also, um neue attraktive Bierarten anzubieten. Dazu zählten beispielsweise das dunkle Bayerisch Lager sowie das hellere Wiener Lager. Theobald Simon begann mit gezielten Werbemaßnahmen. So erschien bereits 1883 die erste Zeitungsanzeige, die für Bitburger Doppelbock warb. Im selben Jahr braute er den ersten Sud nach Pilsener Art. 1887 wurden zwei Sude Münchener Bock gebraut, drei Jahre später produzierte die Brauerei im neuen Sudhaus erstmals die Sorten Helles und Dunkles Simonbier.



THEOBALD SIMON BAUTE DIE BRAUEREI AUS UND INVESTIERTE IN NEUE TECHNOLOGIEN.

AUCH AUF BIERDECKELN WARB BITBURGER MIT DEN SEHR GUTEN ERGEBNISSEN DER VERGLEICHSANALYSE.



WAS IST EIGENTLICH UNTERGÄRIGES BIER?
Untergärtiges Bier benötigt in der Herstellung im Gegensatz zu obergärtigem Bier niedrigere Temperaturen und eine längere Reifezeit, damit die Hefe sich richtig entwickeln kann. Das hängt mit dem verwendeten Hefestamm zusammen, der sich nach dem Brauen am Boden des Kessels absetzt. Um das ganze Jahr über mit gleichbleibender Qualität produzieren zu können, ist eine gleichmäßige Kühlung notwendig. Dabei haben untergärtige Biere entscheidende Vorteile: Sie behalten ihre besonderen geschmacklichen, physikalischen und biologischen Eigenschaften über längere Zeit und eignen sich damit auch für den Versand.

122

DIE BAHN KOMMT
Die Erschließung neuer Verkehrswege war für die weitere wirtschaftliche Entwicklung der Brauerei von großer Bedeutung. Über die 1871 eröffnete Eisenbahnstrecke zwischen Köln und Trier ging das Bier aus Bitburg wenige Jahre später per Schiene ins Rheinland. Die rund sechs Kilometer bis zum Bahnhof Endorf mussten jedoch weiterhin mit Pferdefuhrwerken zurückgelegt werden. Zu Fest- und Feiertagen erhalten die Ladaerbeiter am Bahnhof eine bestimmte Menge Bier gratis, so dass der reibungslose Ablauf des Güterverkehrs stets gewährleistet war. Dennoch war der Anschluss Bitburgs an das Schienennetz dringend erforderlich. 1910 wurde endlich die lang ersehnte Bahnstrecke Endorf – Bitburg eröffnet. Für den Fernverkehr schaffte die Brauerei einen ersten Bierwagen an.



ORIGINAL-SIMONBRÄU-DEUTSCH-PILSENER
1909 war ein besonders wichtiges Jahr in der Brauerei-Historie: Am 8. Februar sollte Bitburger den ersten Sud „Original-Simonbräu-Deutsch-Pilsener“ brauen. Anlässlich der Neueinführung startete Theobald Simon die erste groß angelegte Werbekampagne. Hier liegen die Anfänge für einen einheitlichen Marken Auftritt. Auch bei der Qualität überzeuge das Pilsener aus der Eifel. Bei einer Vergleichsanalyse von „Original-Simonbräu-Deutsch-Pilsener“ und „Original-Pilsener“ aus Bohmen, durchgeführt von der Versuchs- und Lehranstalt für Brauerei in Berlin (V.L.B.), kam heraus: Beide Biere stimmten fast vollständig überein. In puncto Haltbarkeit lag das Bitburger Pilsener sogar vorne. Solche Nachrichten nutzte die Brauerei und machte beispielsweise in großen Werbeanzeigen auf ihr Produkt aufmerksam. Zeitweise sogar so erfolgreich, dass die Werbung gedrosselt werden musste, um die Nachfrage überhaupt erfüllen zu können.

GETRÄNKE AUS DER EIFEL

123



WACHSENDE GESCHMACKSVIELFALT

1914, kurz vor Ende des Ersten Weltkriegs, nahm das Unternehmen eine Anlage zur Limonaden-Herstellung in Betrieb. Von der Brause-Limonade mit Zitrus- und Himbeer-Geschmack konnten bereits im ersten Jahr 206.000 Flaschen verkauft werden. In Kooperation mit der Bavaria-Brauerei der Familie Zangerle vertrieb Bitburger 1931 das Bavaria-Münchener, ein dunkles, starkes Bier nach original Münchener Brauart. Trotz erheblicher Zerstörungen gegen Ende des Zweiten Weltkriegs war die Brauerei im August 1945 wieder in der Lage, sogenanntes Dambier zu produzieren. Vollwertiges Bitburger Pils konnte erst wieder 1949 gebraut werden. Im selben Jahr ergänzte die Bitburger Brauerei ihr Angebot um ein obergängiges, schwarzbraunes Starkbier, den Schwarzen Hahn. 1951 kam das Spezial-Export dars, das später in Simonsbräu-Export umbenannt wurde, 1955 das Boda-Bock, ein helles Starkbier. Darüber hinaus ergänzte das alkoholarme Malzbier Bio-Bit, 1952 eingeführt, die Produktpalette über einen langen Zeitraum.



VON DER MONOMARKE ZUR DACHMARKE

In den 1960er Jahren begann die Bitburger Brauerei, die Sortenvielfalt nach und nach zu reduzieren, um sich schließlich ab 1971 mit Bitburger Pils auf eine Monomarkenstrategie zu konzentrieren. Grund dafür war die zunehmende Beliebtheit der Sorte Pils. Zudem galten die Bitburger Brauer schon zu dieser Zeit mit ihrem Know-how als ausgesprochene Pils-Spezialisten.



DIE 1950ER JAHRE WAREN DURCH EINE WACHSENDE SORTENVIELFALT GEPRÄGT.

RECHTS AB 1971 KONZENTRIERTE SICH DIE BRAUEREI MIT BITBURGER PILS AUF EINE MONOMARKENSTRATEGIE.

Rund 20 Jahre gab diese erfolgreiche Firmenpolitik den Weg vor, bis neue Verbraucher-gewohnheiten den Markt veränderten: 1992 führte die Brauerei die neuen Sorten Bitburger Drive Alkoholfrei und das alkohol- und kalorienreduzierte Bitburger Light ein, unterstützt von einer Markenkampagne rund um die Bitburger „Dürlinge“. Damit reagierte Bitburger auf die Wünsche nach alkohol- und kalorienreduzierten Getränken für einen bewussteren Konsum. Bitburger wurde Dachmarke.



GETRÄNKE AUS DER EIFEL



IN DEN LETZTEN JAHREN HAT DIE BITBURGER BRAUEREI IHR PRODUKTPORTFOLIO KONTINUIERLICH ERWEITERT.

2007 wurde aus Bitburger Drive die neue Marke Bitburger Alkoholfrei 0,0%. Das Besondere: Erst nach dem Abschluss des Brauprozesses wird dem Bier schonend der Alkohol entzogen, dadurch ist Bitburger 0,0% eines der wenigen alkoholfreien Biere mit 0,0% Alkohol. 2013 wurde die Rezeptur noch einmal verbessert. Seither ist Bitburger 0,0% das erste alkoholfreie Bier, das nicht nur alkoholfrei, sondern auch isotonisch und vitaminhaltig ist. Im selben Jahr ergänzte die Bitburger Brauerei mit Bitburger Fasbrause ihr alkoholfreies Produktportfolio. Bitburger Fasbrause ist ein Erfrischungsgetränk mit Vitaminen und Magnesium, ohne künstliche Farb- und Konservierungsstoffe.

Foto: Bitburger Brauerei

2018 führte das Familienunternehmen mit dem Bitburger Premium Kellerbier hermetisierendes erstmals seit 25 Jahren einen neuen Biertyp unter dem Markendach ein. Damit erfüllte die Brauerei den zunehmenden Wunsch der Verbraucher nach neuen Bierspezialitäten und einer größeren Angebotsvielfalt bei der Getränkeauswahl. Der große Erfolg des unfiltrierten Kellerbiers ebnete den Weg für eine weitere

GETRÄNKE AUS DER EIFEL

Brauspezialität: Bereits im darauffolgenden Jahr kam der Bitburger Winterbock auf den Markt, der als saisonales Produkt fortan ausschließlich in den Wintermonaten erhältlich sein soll.

Ein verändertes Ernährungsbewusstsein bei den Verbrauchern, das sich bereits im Erfolg des Bitburger 0,0% zeigte, war die Grundlage für ein weiteres Neuprodukt. Anfang 2020 erweiterte Bitburger das Portfolio mit dem Bitburger Helles Lagerbier – glutenfrei daneberhat um eine glutenfreie Alternative. Das spezielle Brauverfahren, bei dem das Gluten im Bier schonend und geschmackerhaltend abgebaut wird, wurde von der Deutschen Zöliakie-Gesellschaft e.V. lizenziert, so dass das Bier das offizielle Siegel für glutenfreie Produkte, die durchgestrichene Ache, tragen darf. Ebenfalls 2020 brachte Bitburger ein Produkt in einer gänzlich neuen Kategorie auf den Markt: Der Bitburger Apfel Cider entstand in enger Zusammenarbeit mit der Familienkellerei Heil aus dem Taunus und findet dank der rasant steigenden Beliebtheit dieser Getränkegattung ebenfalls großen Zuspruch bei den Verbrauchern. (red) ■

125