

# Werbeaktion: Ansturm auf Freibier war groß

Bierbranche ist im Wandel – Juniorchefin der Schlossbrauerei Naabeck will mit Aktion den Absatz ankurbeln

Von Martin Kellermeier

**Schwandorf.** Der Bierverkauf ist schon lange kein Selbstläufer mehr. Immer mehr Menschen verzichten bewusst auf Alkohol. Auch für die Brauereien im Landkreis Schwandorf bedeutet diese Entwicklung eine Herausforderung. Um ihre Produkte unters Volk zu bringen, werden sie immer kreativer. Die Schlossbrauerei Naabeck hat nun eine besondere Aktion durchgeführt: Werbepplatz am Auto gegen Freibier. Die Resonanz war immens.

Das sieht man im Schwandorfer Ortsteil Wiefelsdorf auch nicht alle Tage: Am vergangenen Samstagvormittag warteten dutzende Fahrzeuge darauf, auf das Gelände der Brauerei Plank einfahren zu können. In der Außenstelle der Schlossbrauerei Naabeck wird bekanntlich das Jura-Weizen hergestellt.

Die Wartenden waren aber nicht gekommen, um sich im Abholmarkt eine Kiste fürs Wochenende zu holen. Sie alle wollten sich einen Aufkleber im Weizenglas-Design auf ihr Auto oder ihren Traktor kleben lassen, um dafür zwei Kisten Freibier zu erhalten. Mehr noch: Wer den Aufkleber bis Oktober an seinem Fahrzeug lässt, erhält im Herbst nochmals Weizen aufs Haus.

## Eva Rasel übernimmt den Betrieb von Vater Wolfgang

Für Kathrin Prechtl und ihren Ehemann Max aus Wiefelsdorf war die Aktion ein Pflichttermin. „Das ist eine super Idee, sehr innovativ“, sagte die 28-Jährige, während sie die Größe des Aufklebers für ihren Audi auswählte. So viele Autos habe sie in dem Ort jedenfalls noch nie gesehen.

Initiiert hatte den Freibier-Termin Eva Rasel, die Juniorchefin der Schlossbrauerei Naabeck. Die 28-Jährige wird bekanntlich in der nächsten Zeit den traditionsreichen Betrieb von ihrem Vater Wolfgang übernehmen. „Wir wollten mit der Aktion erreichen, dass man nicht vergisst, dass es in Schwandorf zwei Brauereien gibt“, sagte sie.

Die Juniorchefin machte gleichzeitig kein Geheimnis daraus, dass die Bierbranche mit einem Absatzrückgang zu kämpfen hat. Der Pro-Kopf-Konsum gehe „durchweg durch alle Generationen“ zurück. Besonders auffällig sei die Gruppe der 18- bis 25-Jährigen. Die jungen Leute würden vermehrt gar keinen Alkohol mehr trinken, so die Beobachtung von Eva Rasel. „Jeder hat dafür seine eigenen Gründe“, stellte die Juniorchefin fest. Gerade am Land sei für viele der Führerschein sehr wichtig, aber auch ein höheres Gesundheitsbewusstsein sei festzustellen.

Zahlen des Bayerischen Brauerbundes bestätigen das. Der Bierabsatz in Bayern hat sich in den vergangenen Jahr-



**Nicht nur im Kofferraum** wurde das Freibier verladen: Auch in einen Lader wurden Jura-Weizen-Kisten geschichtet. Brauereimitarbeiter Konrad Thanner hatte alle Hände voll zu tun. Fotos: Martin Kellermeier



**Sie konnten sich über viel Zuspruch freuen:** Eva Rasel (l.), die Juniorchefin der Schlossbrauerei Naabeck, und Brauerin Victoria Westiner strahlten übers ganze Gesicht.



**Für Kathrin Prechtl** (2. v. r.) und ihren Ehemann Max (r.) war die Freibier-Aktion in Wiefelsdorf ein Pflichttermin. Sie ließen einen Aufkleber an ihrem Traktor und einem Audi anbringen.



**Eine lange Fahrzeugschlange** war am Samstag in Wiefelsdorf bei Schwandorf zu sehen.

zehnten rückläufig entwickelt. Während im Jahr 1993 noch über 26 Millionen Hektoliter bilanziert werden konnten, waren es 2025 nur noch rund 22,5 Millionen Hektoliter. „Lange konnte die bayerische Brauwirtschaft Absatzverluste im Inland durch einen sehr erfolgreichen Export kompensieren“, berichtete Dr. Lothar Ebbertz, Hauptgeschäftsführer

des Bayerischen Brauerbundes, auf MZ-Anfrage.

Der Wegfall des vormals bedeutsamen russischen Absatzmarktes, die „unberechenbare US-amerikanische Zollpolitik und rückläufige Absätze auch in China“ hätten diese Entwicklung zuletzt aber ausgebremst. Auch die Zahl der Brauereien in Bayern geht zurück. Gab es im Jahr 1993 noch

768 Braustätten im Freistaat, waren es 2025 noch 588.

Nach oben gehen die Zahlen dagegen bei der Entwicklung beim alkoholfreien Bier. Anfang des Jahrtausends war das „Alkoholfreie“ noch ein Nischenprodukt (1999 waren es 343 359 Hektoliter in Bayern), inzwischen ist es eine feste Größe am Biermarkt. Aktuelle Zahlen des Bayerischen Brau-

„Selbst kleine Brauereien bieten zwischenzeitlich eigene alkoholfreie Biere an.“

Dr. Lothar Ebbertz  
Hauptgeschäftsführer des  
Bayerischen Brauerbundes

## BEI UNS IM NETZ

Ein Video zur Aktion der Schwandorfer Brauerei finden Sie bei uns im Internet: [www.mittelbayerische.de/schwandorf](http://www.mittelbayerische.de/schwandorf)

erbundes sprechen von einem Absatz von fast zweieinhalb Millionen Hektolitern im Jahr 2025. „Selbst kleine Brauereien bieten zwischenzeitlich eigene alkoholfreie Biere an. Deren Absatzanteil erreichte 2025 bereits zehn Prozent am gesamten bayerischen Bierabsatz – Tendenz weiter deutlich steigend“, sagte Hauptgeschäftsführer Ebbertz.

Auch die Schlossbrauerei Naabeck hat – wie viele andere Mitbewerber ebenfalls – auf diesen Trend reagiert. Das meistverkaufte Produkt in diesem Segment sei weiter die „Jura Heidi“, das alkoholfreie Weißbier. Aber auch das alkoholfreie Helle ziehe immer mehr an. „Wir können uns hier über ein stabiles Wachstum freuen“, sagte Eva Rasel.

## Neuaufgabe des Angebots ist nicht ausgeschlossen

Doch noch ist der Absatz der alkoholfreien Biere weitaus zu gering, um damit einen Betrieb wie die Schlossbrauerei Naabeck finanzieren zu können. Die Juniorchefin will sich daher weitere Aktionen einfallen lassen, um den Bierabsatz anzukurbeln. Nach dem Zuspruch bei der Aufkleber-Aktion für das Jura-Weizen, der sie nach eigener Aussage „überwältigt“ habe, schließt Eva Rasel eine Neuaufgabe nicht aus. „Bestimmt wird es so etwas Ähnliches nochmals geben“, sagte sie der MZ.

Auch ein paar Kilometer weiter laufen derweil schon die Vorbereitungen für ein extravagantes Werbepjekt. Die Familienbrauerei Jacob möchte auch für das Jahr 2027 wieder einen Weißbier-Kalender herausbringen. Der hat sich längst zu einer Marke entwickelt und kann im Jahr 2028 bereits seine 20. Auflage feiern. „Die Nachfrage wird immer größer“, freut sich Brauereichef Marcus Jacob. Allein für das Jahr 2025 ließ er 14 000 Exemplare drucken.