

Pressekonferenz zu Hopfenernte und Hopfenmarkt 2025

09.12.2025, 9.30 Uhr, Bayerischer Brauerbund e.V. / München

Adi Schapfl

Verband Deutscher Hopfenpflanzer e. V.

– Es gilt das gesprochene Wort –

Das Jahr 2025 war für den Hopfen in Deutschland wieder nicht leicht. Wetterextreme, Krankheiten und Schädlinge machten dem Hopfen zu schaffen. Insgesamt konnte aber trotzdem eine durchschnittliche Ernte eingefahren werden.

Jahresrückblick 2025

Die Hopfenfläche in Deutschland geht zurück. Nach einem moderaten Rückgang um 1,6% im Vorjahr verlor der Hopfenanbau in Deutschland in 2025 sogar 6,5% seiner Fläche. 1.326 Hektar wurden gerodet und 44 Hopfenbaubetriebe haben ihre Hopfenproduktion eingestellt. Die verbliebenen 18.961 Hektar Hopfen wurden 2025 von 965 Betrieben in sechs Bundesländern bewirtschaftet. Mit 35% der weltweiten Hopfenfläche ist Deutschland der größte Hopfenproduzent weltweit. Deutschland exportiert seine Hopfen in mehr als 100 Länder.

Das Wetter 2025 war im Sommer nicht gut für den deutschen Hopfen: Es war sehr warm und vor allem zu trocken. Die unterdurchschnittlich entwickelten Bestände ließen schon eine landesweite Minderernte befürchten. Mit dem Ende Juli einsetzenden Regen konnten sich aber dann viele Hopfenbestände in Deutschland erholen. In Gebieten mit wenig oder zu spätem Regen wie etwa in Spalt oder in Tettang holten die Hopfen leider nicht auf und erreichten nur schlechte Erträge. Insgesamt aber profitierte der deutsche Hopfen vom Wetterumschwung und brachte eine am Ende durchschnittliche Ernte hervor.

Der Krankheits- und Schädlingsdruck war durchaus unterschiedlich in einzelnen Regionen und Hopfenfeldern und teilweise sehr hoch. Die stetig abnehmende Anzahl wirksamer Pflanzenschutzmittel macht es grundsätzlich schwer Hopfen mit ausreichenden Erträgen und guten Qualitäten zu erzeugen. In schwierigen Jahren wie 2025 ist der Hopfenbau in Deutschland nur noch möglich, wenn über Notfallzulassungen zusätzliche Pflanzenschutzmittel zur Verfügung stehen. Die Zahl dieser Notanträge muss leider stetig ansteigen und erreichte in 2025 mit sechs Anträgen einen neuen traurigen Höhepunkt. Es braucht dringend ein Umdenken im Pflanzenschutz für die kommenden Jahre.

Erntezahlen 2025

Nach Abschluss der Hopfenzertifizierung am 17. November 2025 liegen nun die offiziellen Abwaagezahlen vor.

In Deutschland wurden 43.141 Tonnen Rohhopfen geerntet. Das sind 7% weniger als im Vorjahr und knapp über einer Durchschnittsernte.

Die Zahlen aus den einzelnen Anbaugebieten in Deutschland stellen sich wie folgt dar:

	Ernte 2025 in t	Veränderung zu 2024 in %	Ernte 2024 in t
Hallertau	37.250	-8%	40.302
Elbe-Saale	2.505	-2%	2.569
Spalt	615	-14%	717
Tettnang	2.724	-6%	2.908
Bitburg	47	18%	40
Bundesgebiet	43.141	-7%	46.536

Die um 7% geringere Erntemenge entspricht der ebenfalls um 7% geringeren Hopfenfläche und macht deutlich, dass die Ernte 2025 vergleichbar ist mit der aus 2024. Beides sind Durchschnittsernten.

Ausblick

Die seit Jahren vollen Hopfenlager bei Brauern und Hopfenhändlern zeigen eine Überversorgung des Hopfenmarktes und zwingen aufgrund niedriger Hopfenpreise zur Flächenreduktionen. Der stark zurückgehende Bierkonsum weltweit verschärft die angespannte Marktsituation und erhöht den Druck auf die Fläche auch für die kommenden Jahre. In schrumpfenden Märkten steigt der Wettbewerbsdruck an. Im Hopfenmarkt wird das zu einem verstärkten Wettbewerb beim Halten und Gewinnen von Marktanteilen führen. In den nächsten Jahren werden die Wettbewerbsfähigkeit und Rentabilität angefangen von einzelnen Hopfenfeldern über Hopfenbaubetriebe, den Hopfenvermarktern bis hin zu ganzen Hopfenbaunationen über deren Zukunft entscheiden. Nur die rentablen Flächen, Betriebe und Vermarkter werden erfolgreich sein. Andere werden schrumpfen oder gar verschwinden.

Im Marktsegment der Bitterhopfen könnte der Wettbewerb zwischen den US-Hopfen und denen aus Deutschland ebenfalls zunehmen und austesten, wer von beiden kostengünstiger produzieren kann. Das ist keine nachhaltige Situation und auf Dauer keine Grundlage für eine stabile Hopfenproduktion. Es wird aber vermutlich erst einmal zum Maßstab über die zukünftige Verteilung der Bitterfläche zwischen diesen beiden dominierenden Anbauländern.

Wir sehen die nächsten Jahre für die deutschen Hopfenpflanzer schwierig. Nicht jede Hopfenfläche und nicht jeder Hopfenbaubetrieb wird uns erhalten bleiben. Dennoch glauben wir, dass wir im internationalen Vergleich gut aufgestellt sind und den Wettbewerb besonders auch in einem schwierigen Marktumfeld aufnehmen und bestehen können. Trotz aller derzeitigen Probleme blicken wir deshalb mittelfristig mit Zuversicht nach vorne.

Nach dem Regenwetter kommt der Sonnenschein und nach schwierigen Jahren wird der deutsche Hopfenbau wieder eine Blütezeit erleben. Wenn Angebot und Nachfrage wieder austariert sind, wird uns der Hopfenbau auch wieder richtig Spaß machen!

Pressestatement



www.deutscher-hopfen.de

München, 09.12.2025

Adolf Schapfl

Präsident, Verband Deutscher Hopfenpflanzer e. V.

Rückfragen an:

Verband Deutscher Hopfenpflanzer e. V.

Geschäftsführer Dr. Erich Lehmailr

Kellerstraße 1

85283 Wolnzach

T: +49 8442 957200

E: info@deutscher-hopfen.de

W: www.deutscher-hopfen.de

Pressekonferenz zu Hopfenernte und Hopfenmarkt 2025

09.12.2025, 9.30 Uhr, Bayerischer Brauerbund e. V./München

Pascal Piroué

Deutscher Hopfenwirtschaftsverband e. V.

– Es gilt das gesprochene Wort –

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, heute vor Ihnen zu stehen und Ihnen einen umfassenden Einblick in die aktuelle Situation des Hopfenmarkts und die Versorgungslage zu geben.

Zur Ernte 2025 wurde weltweit auf 52.900 ha Hopfen angebaut (–5 % gegenüber dem Vorjahr). Trotz zunächst niedriger Prognosen führten gute Witterungsbedingungen im Monat Juli und August in Europa zu einer gut durchschnittlichen Welternte von rund 108.000 t. Die Alphamenge beträgt rund 11.300 t und bleibt dank vermehrter Hochalphasorten trotz Flächenrückgangs nahezu auf Vorjahresniveau.

Diese Ernte trifft auf eine Bedarfssituation, die von tiefgreifenden Marktveränderungen geprägt ist. Deutlicher denn je zeigt sich: Der Hopfenmarkt spiegelt die globalen Konsumtrends wider – und die sind eindeutig.

Die Welt trinkt sich abstinert.

Diese Aussage, entlehnt aus einem bekannten deutschen Nachrichtenmagazin, beschreibt präzise, was wir aktuell beobachten. Der globale Bierausstoß wird im Jahr 2025 um rund 3 % sinken und damit nahezu das Niveau der Pandemiezeit erreichen. In Europa bilden Länder wie Deutschland, Tschechien und Ungarn die Spitze mit einem Minus von 7 %. Andere Nationen wie Frankreich und Italien halten sich stabiler.

Die Prognosen zeigen, dass sich dieser Trend in den kommenden Jahren weiter fortsetzen wird. Einzig eine Stärkung der Kaufkraft in den Schwellenländern könnte diesen Abwärtstrend bremsen.

Die Gründe für diesen deutlichen Konsumrückgang sind vielfältig und wirken gleichzeitig: Immer mehr Verbraucher entscheiden sich bewusst für einen

alkoholfreien oder alkoholreduzierten Lebensstil. Dieser Trend zieht sich durch alle Generationen, ist aber vor allem bei den 30- bis 49-Jährigen zu beobachten. In dieser Altersgruppe sank der Alkoholkonsum im Vergleich zu 2022 um über 15 %. Aber auch die jüngere Generation, also die Generation Z, trinkt deutlich weniger Alkohol: In Deutschland sind rund 40 % dieser Altersgruppe abstinent.

Insgesamt ist zu beobachten, dass anstelle von Volumen zunehmend Wertigkeit und hochwertig konsumierte Produkte in den Vordergrund treten.

Die Folge ist, dass sich der Biermarkt zwar wertseitig positiv entwickeln wird, volumenseitig jedoch rückläufig ist.

Ebenso ist zu beobachten, dass in der Brauindustrie der Trend zu weniger stark gehopften Bieren anhält. Dies verstärkt den Nachfragerückgang weiter. Neue, moderne Brautechnologien und Rezepturen führen dazu, dass trotz gleichbleibender Produktionsprozesse weniger Hopfen pro Hektoliter eingesetzt werden. Allein seit dem Braujahr 2021 hat dies zu einem Rückgang des Alphanedarfs um rund 12 % geführt.

Erfreulicherweise wirken alkoholfreie Biere dem Trend entgegen, können den Rückgang im klassischen Biersegment jedoch nicht kompensieren.

Viele sprechen heute von einer neuen Konsummentalität: Der gesellschaftliche Druck, weniger Alkohol zu trinken, wird immer größer. Dieser Trend wird durch die Anti-Alkohol-Kampagnen der WHO verstärkt. Gleichzeitig verändert sich der Geschmack. Bier ist für viele heute nicht mehr Bestandteil des täglichen Genuss- oder Geselligkeitskonsums.

Was bedeutet das konkret für die nächsten drei Jahre?

Wir erwarten für die Jahre 2026–2027 weitere Rückgänge beim Bierausstoß, insbesondere in den etablierten Märkten Europas und Nordamerikas. Der Trend zur Abstinenz wird dort am stärksten zu spüren sein.

Ab 2028 kann sich der Bierkonsum stabilisieren – vorausgesetzt, die aktuell als Wachstumstreiber geltenden Schwellenländer in Asien, Lateinamerika und Afrika expandieren weiter und kompensieren den Rückgang in Europa und Nordamerika.

Alkoholfreie und funktionale Getränke werden ihren Marktanteil steigern. Allerdings sind ihre Produktionsvolumina im Vergleich zu klassischem Bier nach wie vor deutlich kleiner.

Unser Fazit lautet daher: Der globale Bierkonsum wird in den kommenden drei Jahren weiter zurückgehen. Wachstum findet primär in alternativen Segmenten statt, nicht im Volumen klassischer Biere.

Die Folgen für die Hopfenwirtschaft sind gravierend.

Das Angebot an produzierter Alphasäure, dem Brauwert für Bier, übersteigt seit dem Jahr 2017 den Bedarf deutlich. Insbesondere klassische Aromasorten wie Perle oder Tradition sind aktuell eindeutig überversorgt.

Hochalphasorten, die in den vergangenen Jahren Marktanteile gewonnen haben, neigen trotz Nachfrageverschiebung aufgrund hoher Lagerbestände zum Überhang.

Nur einige Feinaromasorten, insbesondere Tettnanger und Saazer, zeigen aktuell partielle Engpässe.

Fazit: Der Markt ist strukturell im Überfluss – und das ist kein kurzfristiges Phänomen.

Seit 2021 wurden weltweit bereits 10.000 Hektar Hopfenfläche stillgelegt, was rund 18,5 Prozent der globalen Anbaufläche entspricht.

Doch trotz dieser Reduzierung produzieren die Anbauländer jährlich mehr als 1.000 Tonnen Alphasäure über den Bedarf.

Es ist daher notwendig, kurzfristig weitere 7.000 Hektar weltweit abzubauen, davon mindestens 3.500 Hektar in Deutschland.

Diese Aussage mag drastisch klingen, doch sie wird von Datentrends gestützt. Sogar eine „Überrodung“ sei erforderlich, um die aufgebauten Lagerbestände abzubauen.

Der Markt wird sich unweigerlich bereinigen – die Frage ist, ob diese Bereinigung aktiv gestaltet oder passiv erlitten wird.

Die Hopfenwirtschaft steht daher vor einer strategischen Neuausrichtung, in der Flächenanpassungen konsequent umgesetzt werden müssen. Dabei muss die Chance genutzt werden, das Sortenportfolio bei Umlegungen mit Fokus auf klimaresistente, krankheitsstabile Sorten zu modernisieren.

Zu begrüßen ist in diesem Kontext die jüngste Entscheidung des EU-Ministerrats und des Europäischen Parlaments auf die Novelle des Gentechnikrechts. Die Zulassung neuer Züchtungsmethoden (NGT/NZT) wird perspektivisch eine schnellere und präzisere Entwicklung von neuen Hopfensorten ermöglichen, die eine höhere Krankheits- und Klimastresstoleranz aufweisen und den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln reduzieren.

Inwieweit es gelingen kann, die Risiken mit angepassten Preis- und Vertragsmodellen auf mehr Schultern entlang der Lieferkette zu verteilen, hängt von den handelnden Akteuren ab. Zur Sicherung der Rohstoffversorgung der Brauindustrie wäre das durchaus erforderlich.

Zu den hopfenspezifischen Herausforderungen kommen auch noch externe Belastungen wie geopolitische Unsicherheiten, Zölle, der Russland-Ukraine-Konflikt sowie in den Ländern der Europäischen Union ein unangemessener Trend zur Überregulierung hinzu. All diese Faktoren belasten die Liquidität und Lagerhaltung der Hopfenvermarkter.

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir erleben keine konjunkturelle Abschwächung, sondern eine Zeitenwende in der Hopfenwirtschaft, die eine Bereinigung der Marktpartner nach sich ziehen wird.

Doch hier liegt die Chance: Wer sich rechtzeitig anpasst, kann gestärkt aus dieser Phase hervorgehen. Dies gilt entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Anbau über die Verarbeitung und Vermarktung bis hin zur Brauwirtschaft. Jeder hat die Möglichkeit, den Prozess zu gestalten – oder von ihm gestaltet zu werden.

Ich danke Ihnen herzlich für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich auf den weiteren Austausch.

Pascal Piroué

1. Vorsitzender

Deutscher Hopfenwirtschaftsverband e. V.

Bei Rückfragen:

Deutscher Hopfenwirtschaftsverband e. V.

Korbinian Meier

Tel.: 08441 6035

E-Mail: meier@hopfen.de

Webseite: www.hopfen.de

Pressekonferenz zu Hopfenernte und Hopfenmarkt 2025

09.12.2025, 9.30 Uhr, Bayerischer Brauerbund e. V./München

Benedikt Meier-Bausewein
Private Brauereien Bayern e.V.

– Es gilt das gesprochene Wort –

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Medienschaffende,

dieses Jahr bewahrheitete sich wieder einmal, dass der Spätsommer ausschlaggebend für die Qualität der Hopfenernte ist. Die dreiwöchige Regenperiode ab Mitte Juli gefolgt von einem warmen und sonnigen Spätsommer, sorgte zwar bei der Braugerste für erhebliche Herausforderungen während der Ernte, kam allerdings dem Hopfen zugute. Diese Witterung hat die Brauqualität der diesjährigen Ernte auf den „letzten Metern“ nochmals verbessert, sodass am Ende gute Qualitäten mit guten alpha-Werten in ausreichender Menge über alle Sorten hinweg erzielt werden konnten. Zudem sind aus den Vorjahresernten noch stellenweise Übermengen vorhanden.

Aus Brauereisicht könnte man sich also entspannt zurücklehnen und sich an den guten Qualitäten zu günstigen Preisen erfreuen. Doch das ist nicht nur eine sehr oberflächliche, sondern auch eine sehr gefährliche Sichtweise. Denn als Brauwirtschaft sind wir auf die Hopfenpflanzereien und Hopfenpflanzer angewiesen und wünschen uns daher einen gesunden und leistungsstarken Partner an unserer Seite. Insbesondere die mittelständischen Brauereien sind sich sehr

wohl bewusst, dass funktionierende Partnerschaften im buchstäblichen Sinne „grünes Gold“ wert sind –gerade in herausfordernden Zeiten.

Der weltweite Bierabsatz sinkt. Deutschland bildet da keine Ausnahme. Im laufenden Jahr hat sich von Januar bis Ende Oktober bundesweit ein Minus von 4,4 Millionen Hektolitern kumuliert. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einem Rückgang von gut 6 Prozent. Bereits seit 15 Monaten in Folge muss die deutsche Brauwirtschaft einen negativen Saldo im Vergleich zum Vorjahresmonat hinnehmen.

Die Gründe hierfür sind vielfältig: der Bierkonsum hängt insbesondere in den Sommermonaten von den Wetterbedingungen ab. Die angesprochene Regenperiode hat ein entsprechendes Loch in den Bierabsatz der Sommermonate gerissen. Hinzu kommt aber auch die derzeitige Krise in der Gastronomie, gepaart mit dem Trend zu Take Away Produkten und Delivery Dienstleistungen. Das negative Konsumklima in Kombination mit der öffentlichen Debatte um Alkoholkonsum sowie der harte Wettbewerb auf dem Getränkemarkt tun ihr Übriges, dass in Deutschland weniger Bier konsumiert wird.

Einzig das Segment der alkoholfreien Biere kann Zuwachsraten verzeichnen. Schätzungen zufolge wird jedes zehnte in diesem Jahr gebraute Bier ein alkoholfreies sein. Diese Entwicklung zeichnet sich bereits seit mehreren Jahren ab. In den letzten zehn Jahren hat sich die Produktionsmenge an alkoholfreiem Bier grob verdoppelt. Dies zeigt deutlich, dass alkoholfreie Biere heute nicht mehr aus dem Produktportfolio der deutschen Brauereien wegzudenken sind. War die Herstellung von alkoholfreiem Bier früher nur für größere Brauereien aufgrund der teuren Anlagentechnik rentabel, gibt es heute eine Vielzahl an technischen und technologischen Möglichkeiten, sodass auch kleinere Brauereien an diesem Markt teilhaben und vom Kundeninteresse an dieser Getränkegattung profitieren können.

Sehr geehrten Damen und Herren,

der deutsche Biermarkt ist also unbestritten im Wandel. Aber gerade die regionalen Privatbrauereien beweisen in dieser schwierigen Zeit, dass sie nah an ihren Kunden und deren Wünschen sind. Ihr Blick geht nach vorne: Dies zeigt auch das Ergebnis einer kürzlich durchgeführten Umfrage unter den Mitgliedsbetrieben des Verbands Private Brauereien. Rund 80 Prozent unserer Mitgliedsbrauereien kündigen für das kommende Jahr neue Investitionen in ihre Anlagen und Betriebe an. Hier zeigt sich wieder einmal deutlich: mittelständische Brauereien denken nicht in Geschäftsjahren, sondern in Generationen. Sie investieren auch in Zukunft in moderne Technik, in ihre Marken sowie in ein immer vielfältigeres Sortiment und stellen sich so den veränderten Marktbedingungen.

Dabei setzt die heimische Brauwirtschaft schon seit langem nicht mehr nur ausschließlich auf klassische Biersorten. Die Herstellung alkoholfreier Erfrischungsgetränke wie Limonaden, von Biermischgetränken wie Radler und einer stetig wachsenden Auswahl alkoholfreier Biersorten nimmt einen immer größeren Stellenwert ein. Insbesondere alkoholfreie Biere und alkoholfreie Erfrischungsgetränke verzeichnen ein deutliches Wachstum und kompensieren Absatzverluste im alkoholhaltigen Biersegment, was bei unseren Mitgliedsbetrieben dazu führt, dass sie sich in einem schwierigen Marktumfeld behaupten können.

So blicken die mittelständischen Brauereien in Bayern und Deutschland trotz der ernsten Lage im deutschen Biermarkt zuversichtlich in die Zukunft. Privat geführte Brauereien werden weiterhin mit Leidenschaft, Innovationskraft und regionaler Verbundenheit für Vielfalt in den Bier- und Getränkeregalen sorgen.

Eines möchte ich Ihnen im zum Abschluss noch mit auf den Weg geben: Wer als Konsument ein Produkt aus einer kleinen, privaten Brauerei kauft, entscheidet sich nicht nur für einen besonderen Geschmack und höchste Qualität, sondern unterstützt damit auch seine Heimatregion, stärkt lokale Arbeitsplätze und hilft dabei, die kulturelle Vielfalt und Tradition seiner Heimat und unserer weltweit einmaligen Braukultur zu bewahren.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Benedikt Meier-Bausewein
Private Brauereien Bayern e.V.

Bei Rückfragen:
Private Brauereien Bayern e.V.
Benedikt Meier-Bausewein
Telefon: 089-29 09 56 0
E-Mail: meier@private-brauereien.de
www.private-brauereien.de



Pressestatement

Ihr kompetenter Partner

www.bayerisches-bier.de

Pressekonferenz zu Hopfenernte und Hopfenmarkt 2025

09.12.2025, 9.30 Uhr, Bayerischer Brauerbund e. V./München

Dipl.-Ing. Walter König
Bayerischer Brauerbund e.V.

– Es gilt das gesprochene Wort –

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Vertreter des Bayerischen Brauerbundes und der Gesellschaft für Hopfenforschung freue ich mich, Sie heute zu dieser gemeinsamen Pressekonferenz begrüßen zu dürfen.

Die aktuellen Zahlen zur Hopfenernte 2025, zur Entwicklung des Hopfenmarkts und zur angespannten Lage auf dem Biermarkt haben meine Vorredner bereits eindrücklich dargelegt. Die Herausforderungen sind real: Lagerbestände, Absatzrückgänge, strukturelle Veränderungen in Konsum und Handel und mögliche Antworten und Handlungsoptionen auf diese Herausforderungen – das alles beschäftigt uns als Branche ganz konkret.

Bei aller betriebswirtschaftlichen Logik und aller Notwendigkeit zur Marktanalyse dürfen wir eines nicht aus den Augen verlieren: Bier ist mehr als nur ein Produkt. Bier ist, gerade in Bayern, auch ein Spiegelbild unserer Gesellschaft, unserer Kultur, unserer Haltung zum Leben.

Und gerade in Zeiten, in denen das öffentliche Bild von Biergenuss zunehmend einseitig gezeichnet wird – durch wissenschaftlich nicht abgesicherte, ideologisch geführte Kampagnen gegen jeglichen Alkoholgenuss, durch manche NGOs, durch politische Empfehlungen mit erhobenem Zeigefinger – gerade dann ist es wichtig,



Pressestatement

Ihr kompetenter Partner

www.bayerisches-bier.de

selbstbewusst über das zu sprechen, was Bier in Bayern und darüber hinaus wirklich bedeutet.

Genusskultur braucht keine Rechtfertigung – aber Haltung

Wir erleben seit einigen Jahren eine Entwicklung, in der Bier – und Alkohol insgesamt – immer öfter nur noch durch die Brille des Risikos betrachtet wird. Es wird pauschalisiert, zugespitzt und stigmatisiert. Da ist dann plötzlich jeder Schluck ein Gesundheitsproblem.

An dieser Stelle möchte ich deutlich sagen, dass es uns nicht um eine Verharmlosung des Alkoholmissbrauchs geht – da sind wir uns alle einig.

Aber: Es geht darum, für ein realistisches, differenziertes und kulturbewusstes Verständnis von Bier und Biergenuss einzustehen. Bier ist in Bayern nicht irgendein Getränk. Es ist Kulturgut. Es ist Teil unserer Identität, unserer Wirtschaft, unserer Landwirtschaft – und unserer Geselligkeit.

Wenn der Konsum maßvoll ist – und das ist er in der großen Mehrheit der Fälle –, dann gehört er zum Leben in Bayern und auch anderswo dazu. Die pauschale Aussage, jeglicher Alkohol sei grundsätzlich gesundheitsschädlich, mag aus Sicht mancher NGO griffig sein – sie ist aber wissenschaftlich nicht tragfähig und gesellschaftlich gefährlich, weil sie Genusskultur diskreditiert und jahrzehntelange Aufklärungsarbeit ignoriert.

Die Biervielfalt aus unseren bayerischen Brauereien ist lebendiger denn je – spritzige Helle, fruchtige Weiße, kräftige Dunkle und kreative Pale Ales und das alles auch in der alkoholfreien Variante. Jedes einzelne gebraut mit dem gleichen Herzblut, der gleichen Hingabe und dem gleichen Qualitätsanspruch wie die klassischen alkoholhaltigen Sorten.

Deshalb ist auch der "Dry January", der für viele Menschen nach den Feiertagen ein Monat des bewussten Zurückschaltens geworden ist, bei uns längst keine Zeit



Pressestatement

Ihr kompetenter Partner

www.bayerisches-bier.de

des Verzichts, sondern eine Einladung zum Entdecken. Und wer dabei meint, moralisch überlegen zu sein, weil er vier Wochen „nichts“ trinkt – dem sei gesagt: Was wir nicht brauchen, ist eine schleichende Entwertung des Genusses, eine Abkehr von Geselligkeit und gemeinsamer Lebensfreude und der für Bayern doch so sprichwörtlichen Gemütlichkeit.

Bayerisches Bier – ob mit oder ohne Alkohol – ist weit mehr als ein Getränk. Es ist ein Symbol für Handwerk, Heimatverbundenheit und gelebte Verantwortung. Und diese Kultur verdient Schutz, nicht Misstrauen.

Hopfenforschung – Voraussetzung für Vielfalt, Qualität und Zukunft

Ein zweiter Punkt, der mir heute besonders am Herzen liegt, ist die Bedeutung der Hopfenforschung – nicht nur für die Landwirte und Verarbeiter, sondern auch für uns Brauer. Und für die Konsumentinnen und Konsumenten, die am Ende ein qualitativ hochwertiges, geschmacklich ausgewogenes und verantwortungsvoll gebrautes Bier erwarten dürfen.

Hopfen ist nicht einfach da. Er ist das Ergebnis jahrzehntelanger Forschungsarbeit, Züchtung, Pflege und Anpassung.

Ohne die Arbeit am Hopfenforschungszentrum in Hüll – getragen von der Gesellschaft für Hopfenforschung gemeinsam mit dem Freistaat Bayern – gäbe es keine Effizienzsteigerungen in der Trocknung, keine Strategien zur Pflanzgut- und Pflanzengesundheit, weniger Wettbewerbsfähigkeit unserer Hopfenproduktion auf dem Weltmarkt. Ohne Hüll keine Perle, kein Herkules, kein Tango oder Titan.

Die Hopfenforschung ist keine Theorie und wir betreiben diesen Aufwand auch nicht zum Selbstzweck – Hopfenforschung ist tägliche Praxis, sie ist Existenzgrundlage und Innovationsmotor. Und sie ist mehr denn je systemrelevant, wenn es darum geht, den Hopfenanbau in Deutschland – insbesondere in der Hallertau – auch künftig nachhaltig, wettbewerbsfähig und zukunftssicher zu gestalten.



Pressestatement

Ihr kompetenter Partner

www.bayerisches-bier.de

Und deshalb freue ich mich besonders, Ihnen heute auch einen Ausblick geben zu dürfen: Im kommenden Jahr feiern wir 100 Jahre Gesellschaft für Hopfenforschung und damit 100 Jahre Hopfenforschungszentrum Hüll.

Am 20. und 21. Juni 2026 laden wir zu einem zweitägigen Jubiläum ein – mit einem wissenschaftlichen Symposium, einem Festabend mit Partnern aus aller Welt und einem Tag der offenen Tür für die Bevölkerung, bei dem wir zeigen: Hüll ist keine Blackbox, Hüll ist transparent, offen und unsere Zukunft.

Wer über Innovation spricht, muss über Forschung reden. Wer über Qualität spricht, muss über Züchtung reden. Und wer über Vielfalt spricht, muss über die Basis sprechen, die Vielfalt im Reinheitsgebot ermöglicht: unsere Rohstoffe – und die Menschen, die sie entwickeln und produzieren.

Wir stehen vor großen Herausforderungen, das ist keine Frage. Aber wir haben auch große Stärken: unsere Bierkultur, unsere Innovationskraft, unsere Forschung, unsere Gemeinschaft.

Deshalb plädiere ich heute nicht für mehr Regulierung, sondern für mehr Eigenverantwortung und Selbstbestimmung. Nicht für Verzichtsideologien, sondern für einen selbstbewussten, verantwortungsvollen Genuss.

Bier braucht Vielfalt, Hopfen braucht Zukunft. Und unsere Gesellschaft braucht eine Kultur des bewussten Genusses – nicht eine Kultur der moralischen Verdächtigung. In diesem Sinne danke ich Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit – und für Ihre Bereitschaft, sich mit diesen Themen differenziert auseinanderzusetzen.

München, 9. Dezember 2025

Dip.-Ing. Walter König

Bei Rückfragen:

Dipl.-Ing. Walter König

BAYERISCHER BRAUERBUND e.V.

Telefon: 089 286604-0

brauerbund@bayerisches-bier.de

www.bayerisches-bier.de / www.hopfenforschung.de