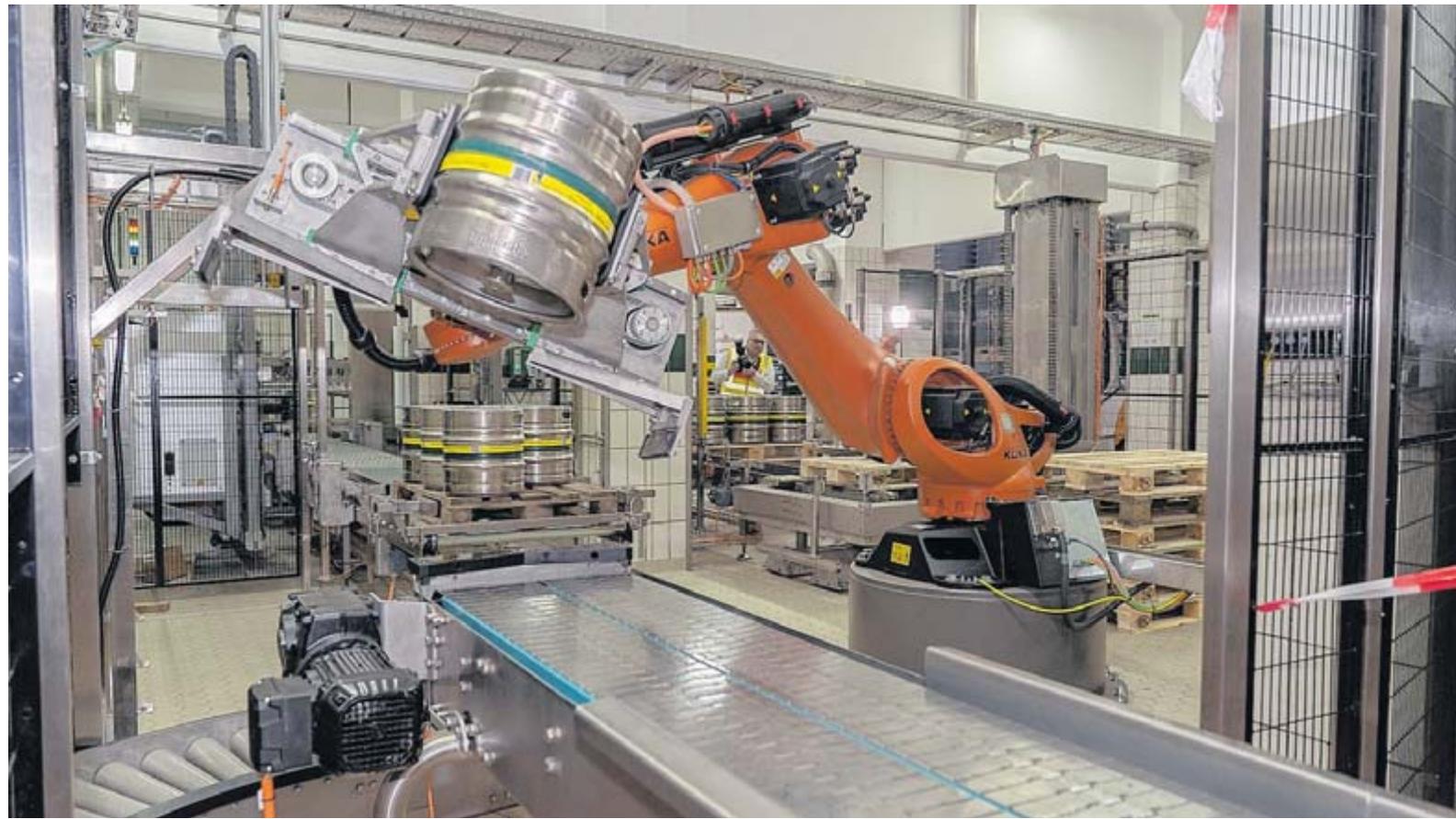


„Kollege Roboter“ füllt Fässer in der Wernesgrüner Brauerei



Ein vollautomatisch arbeitender Knickarm-Roboter ist das Herzstück der neuen Fassabfüllanlage in der Wernesgrüner Brauerei.

FOTOS: DAVID RÖTZSCHE

Nach 30 Jahren hat die alte Abfüllanlage ausgedient. Die neue Technik spart Energie und Wasser – aber keine Mitarbeiter. Darauf legt der Chef Wert.

VON HOLGER WEIS

WERNESGRÜN – Die Wernesgrüner Brauerei hat am Dienstag eine neue Fassabfüllanlage in Betrieb genommen. Ausgelegt für Fassgrößen von 30 und 50 Litern, kann die Anlage stündlich bis zu 90 Fässer befüllen. Herzstück der neuen Abfülllinie ist ein vollautomatisch arbeitender Knickarm-Roboter. „Dieser ermöglicht es, verschiedene Arbeitsschritte auf kleinem Raum auszuführen“, erklärte Michael Runge, Leiter Abfüllung und Logistik in der Brauerei.

In die neue Fassabfüllung, einschließlich der dafür erforderlichen Bauarbeiten, hat die Brauerei zwei Millionen Euro investiert, sagte Geschäftsführer Marc Kusche. „Mit der neuen Anlage können wir den Wasser- und Energieverbrauch signifikant senken“, begründete er die Investition, die die Abfüllanlage aus dem Jahr 1989 ersetzt. Zudem werde mit der Investition die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens gestärkt, das in Wernesgrün 87 Mitarbeiter und neun Auszubildende beschäftigt.

„In einem Durchlauf werden die Fässer gereinigt, dann auf Unversehrtheit geprüft, anschließend befüllt und qualitativ geprüft. Danach werden die Fässer auf Paletten gesichert und für die Verladung in der Logistik bereitgestellt“, erläuterte der Geschäftsführer die Arbeitsschritte. Mittendrin „Kollege Roboter“, der viele Arbeitsschritte übernimmt, aber keinen Kollegen überflüssig macht, betonte Marc Kusche.

Die Installation der neuen Fassabfüllung war laut Kusche eine Herausforderung für das gesamte Team und die beteiligten Firmen: Rückbau, Gebäudesanierung und Installation der neuen Anlage wurden innerhalb von zwei Monaten bewältigt. Weil in dem Zeitraum kein Fass befüllt werden konnte, habe man ausreichend vorproduzieren müssen, um weiter liefern zu können. Schließlich verkaufe die Brauerei zwischen 13 und 15 Prozent ihres Bieres im Fass, so der Geschäftsführer.

Genauere Zahlen nennt die zur Bitburger Braugruppe gehörende Wernesgrüner Brauerei traditionell nur für die gesamte Gruppe (siehe Infokasten). Danach ist der Absatz leicht rückläufig. Mit Neuheiten wie dem alkoholfreien Biermischgetränk Wernesgrüner Radler naturtrüb sowie der sogenannten Steinie-Flasche wolle das Unternehmen in diesem Jahr starke Akzente im ostdeutschen Markt setzen. Ziel bleibe, in einem stagnierenden Biermarkt wertorientiert zu wachsen, so Kusche.



Geschäftsführer Marc Kusche startete gestern die neue Abfüllanlage, in die die Brauerei rund zwei Millionen Euro investiert hat. Zum Brauereifest am 24./25. August und im Rahmen von Führungen kann sie besichtigt werden.

Neue Flasche und neuer Mann fürs Marketing

Bei guter Entwicklung der Hauptmarke Bitburger und einem Umsatzplus von 1,3 Prozent auf 797 Millionen Euro (2017: 786,6 Millionen Euro) zeigt sich die Bitburger Braugruppe zufrieden mit dem Jahr 2018. Das Absatzminus von 2,7 Prozent auf 6,6 Millionen Hektoliter (2017: 6,8 Millionen) sei vor allem bedingt durch den bewussten Verzicht auf unrentable Geschäfte im Ausland und die wertorientierte Strategie, teilt die Braugruppe mit. Dazu gehören neben Bitburger die Marken Wernesgrüner und Köstritzer in Ostdeutschland sowie König, Licher und weitere Marken.

Eine Neuheit aus Wernesgrün ist die Steinie-Flasche. In die bauchige 0,33-Liter-Flasche werden seit April Pils und Landbier 1436 abgefüllt. „Die Flaschenform hat Kultcharakter“ sieht Geschäftsführer Kusche dafür Potenzial: „Die erste Resonanz des Handels ist positiv.“

Positive Impulse für Wernesgrün soll ab Mai auch André Weltz setzen. Der Neuzugang verantwortet künftig das Markenmanagement der Brauerei, deren Marketing bisher zusammen mit Köstritzer Schwarzbier von Stefan Didt geführt wurde. |how