vinetur

Dinkelacker und Radeberger planen Joint Venture zu gleichen Teilen für Stuttgarter Biermarken

Das geplante Unternehmen soll lokale Marken brauen, abfüllen und vertreiben, sofern das Bundeskartellamt dem Vorhaben zustimmt

Dienstag, 17. November 2026



Die Dinkelacker Brauerei Beteiligung GmbH & Co. KG und die Radeberger Gruppe planen, Teile ihres Biergeschäfts in Stuttgart in einem neuen Joint Venture zu gleichen Teilen zusammenzuführen. Das berichtete Brauwelt am Montag, dem 16. November, unter Berufung auf eine Mitteilung.

Die Unternehmen teilten mit, dass sie die Stuttgarter Brauereien GmbH & Co. KG gründen wollen, an der beide Partner zu gleichen Teilen beteiligt sein sollen. Das neue Unternehmen soll die Stuttgarter Biermarken beider Gruppen in eigener Verantwortung brauen, abfüllen und vertreiben.

Laut Mitteilung soll das Gemeinschaftsunternehmen dazu beitragen, die Stuttgarter Brautradition langfristig zu bewahren und zu sichern. Wichtige operative Tätigkeiten für die lokalen Marken würden in einem gemeinsamen Unternehmen gebündelt, statt weiterhin zwischen den beiden Brauereien aufgeteilt zu sein.

Der Abschluss des Vorhabens steht noch aus. Er bedarf der Zustimmung des Bundeskartellamts, der deutschen Wettbewerbsbehörde. Bis zum Abschluss der Prüfung bleibt das Joint Venture ein geplantes und noch nicht vollzogenes Vorhaben.

Die von Brauwelt veröffentlichten Informationen enthielten keine Angaben zu den finanziellen Bedingungen. Auch blieb offen, wann das neue Unternehmen bei einer Zustimmung der Behörden den Betrieb aufnehmen soll und ob die Vereinbarung Änderungen bei Produktionsstandorten, Personal oder Logistik nach sich ziehen würde.

Auch wenn diese Details noch unklar sind, zeigt das Vorhaben, wie Brauereien in Deutschland industrielle Partnerschaften nutzen könnten, um Produktion, Abfüllung und Vertrieb neu zu organisieren und zugleich etablierte regionale Marken zu erhalten. Solche gemeinsamen Strukturen können den Brauereien ermöglichen, Herstellungs- und Vertriebsfunktionen zu bündeln, ohne ihre Markenidentitäten unmittelbar aufzugeben.

Damit ist die Vereinbarung in Stuttgart auch für die Getränkebranche insgesamt von Bedeutung. Hersteller von Bier und anderen Getränken stehen zunehmend unter Druck, das Erbe lokaler Marken mit den Kosten für Herstellung, Verpackung und Markteinführung in Einklang zu bringen. Sollte das Gemeinschaftsunternehmen genehmigt werden, könnte es zu einem viel beachteten Beispiel dafür werden, wie etablierte Unternehmen regionale Marken schützen und zugleich ihre operative Basis neu aufstellen.