vinetur

Maisel inaugura a Bayreuth un birrificio da 90 milioni di euro per Bayreuther Hell, mentre il mercato tedesco della birra si contrae

Il nuovo stabilimento di Bayreuth può imbottigliare 40.000 bottiglie all’ora: Maisel punta su una lager in crescita mentre la domanda cala

martedì 24 novembre 2026



Il birrificio della famiglia Maisel ha inaugurato a Bayreuth un nuovo impianto da 90 milioni di euro, un importante investimento nella birra tedesca in un momento in cui il mercato nel suo complesso è sotto pressione.

Il nuovo Bayreuther Brauhaus è progettato per produrre un solo prodotto, Bayreuther Hell, la lager helles dell'azienda, in rapida crescita. Secondo Handelsblatt, l'impianto può imbottigliare fino a 40.000 bottiglie all'ora e ha una capacità annua di 500.000 ettolitri.

Si tratta di un ampliamento significativo per un birrificio regionale. Il gruppo Maisel, fondato nel 1887 e con sede in Franconia, conta circa 300 dipendenti. Finora Gebr. Maisel e Bayreuther Bierbrauerei, compresa la produzione di birra di frumento, producevano circa 800.000 ettolitri all'anno.

Le dimensioni del progetto colpiscono perché il consumo di birra in Germania è in calo. Anche il segmento delle helles, che negli ultimi anni ha attirato l'attenzione come tipologia in crescita, ha registrato una flessione dello 0,7% da gennaio a settembre 2026, secondo NielsenIQ, come riportato nella sintesi del mercato fornita insieme al servizio.

L'investimento di Bayreuth è quindi più di un semplice ampliamento della capacità produttiva. È anche una scommessa sulla possibilità che un marchio specializzato riesca ancora a conquistare quote in un mercato in contrazione. Per i birrifici di tutto il settore delle bevande, una scelta di questo tipo è rilevante perché mostra come le aziende possano cercare di crescere anche quando la domanda complessiva è debole, ricorrendo a impianti più grandi ed efficienti, a un posizionamento del marchio più mirato e a strategie di prodotto più ampie, che possono includere la birra analcolica.

Jeff Maisel ha inquadrato la questione in termini di cambiamento dei gusti dei consumatori. «I giovani non vogliono bere la stessa pilsner dei loro padri», ha dichiarato, secondo Handelsblatt. La frase richiama uno dei cambiamenti più significativi del mercato tedesco della birra, dove i marchi di pilsner affermati sono messi sotto pressione da consumatori alla ricerca di stili diversi, profili aromatici più leggeri o opzioni analcoliche.

L’azienda sembra rispondere concentrando il nuovo stabilimento su un’unica birra, invece di costruire un impianto con una produzione diversificata. Questo approccio può semplificare le operazioni e aumentare l’efficienza, ma lega strettamente l’investimento all’andamento di Bayreuther Hell e alla tenuta della tendenza delle helles.

Handelsblatt ha descritto il nuovo edificio come un progetto d’impatto anche dal punto di vista architettonico. L’esterno combina legno curvo e vetro, mentre all’interno si trovano grandi serbatoi d’acciaio, tubi e valvole illuminati da una luce blu. Dall’esterno, ha scritto il quotidiano, la struttura sembra più un museo d’arte moderna che un birrificio tradizionale.

Il contesto trasmette un messaggio che va oltre la produzione industriale. In un mercato maturo, caratterizzato da consumi complessivi più deboli, i birrifici competono non solo sul prezzo e sulla distribuzione, ma anche sull’immagine, sull’esperienza e sulla capacità di entrare in sintonia con una nuova generazione di consumatori. Un impianto da 90 milioni di euro dedicato a un solo stile di lager mostra quanto sia alta la posta in gioco in questa competizione.