Andreas Brunner

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e. V.

Verleihung der

Goldenen BierIdee 2021

Schloss Neuburg am Inn,
14. Juli 2021

an die

Bierkulturregion Niederbayern

Bayern ist ein Bierland! Sie alle wissen das und jeder von Ihnen könnte mir auf der Stelle die Superlative aufzählen, die unser Land so eng mit dem Bier verbindet: Das Bayerische Reinheitsgebot, die Traditionsfeste, die Wirtshauskultur, die vielen Brauereien und natürlich die allgegenwärtige Biervielfalt, die Maß, prächtige Brauereigespanne, Bierzelte und Blasmusik, Bierstädte, Biermuseen usw. … . Von außen betrachtet steht das alles und noch vieles mehr für Bayern. Doch wie in den legendären Asterix-Heften lohnt es sich, die Lupe auf die Landkarte zu legen und die einzelnen Regionen näher zu betrachten.

Jede für sich hat gerade zum Bier eine andere Geschichte, ein anderes Selbstverständnis und - genau genommen - auch einen anderen Geschmack.

Doch wer weiß schon, was in der jeweiligen Region besonders ist? Viele Brauereien wissen - abgesehen von der Rezeptur ihrer Biere - ja nicht einmal, was sie selbst von den Mitbewerbern abhebt und besonders macht. Wer kümmert sich dann schon um die Sonderstellung seiner Region? Einige wenige haben dieses Potential erkannt und haben herausgearbeitet, was ihre Stadt, ihren Landkreis oder auch ihren Regierungsbezirk in Sachen Bierkultur so besonders macht. So konnten wir vor fast 10 Jahren die

Goldene BierIdee dem Verein „Bierland Oberfranken e.V.“ verleihen. Auch die Stadt- und Landkreisbrauereien Regensburgs und die privaten Heimatbrauer rund um den Chiem- und Königsee haben für ihre gemeinsamen Anstrengungen bereits diese Auszeichnung erhalten.

Heute sind wir auf Schloss Neuburg am Inn in Niederbayern. Und wie sollte es anders sein – trotz aller Gemeinsamkeiten des Bierlandes Bayern ist in Niederbayern alles ganz anders als in Franken, in Regensburg oder eben im Chiemgau.

Im Januar 2017 trafen sich nach ersten Ideen und Gespräche im kleinen Kreis die Brauereien der Region und erarbeiteten hoch professionell ein gemeinsames Konzept zur strategischen Positionierung den Besonderheiten ihrer Bierregion. Sie wussten um ihre Stärken und dachten von Anfang an groß. Anregungen holten sie sich in anderen Regionen wie der Wachau, der Champagne oder den schottischen Highlands, die es geschafft haben, die enge Verbundenheit der Region mit einem Erzeugnis zum Synonym für die Region werden zu lassen.

Es gehörte schon viel Enthusiasmus und Überzeugung der Initiatoren dazu, selbstbewusste Wettbewerber im Markt davon zu überzeugen, dass der gemeinsame Weg zur Bierkulturregion jedem einen Mehrwert bringt und der gesamten Region einen Aufschwung geben kann.

Bereits im Mai 2018 wurde die Bierkulturregion Niederbayern mit klar formulierten Zielen, einem ausgefeilten, innovativen Marketingkonzept mit ansprechendem Logo und einer ebenso ambitionierten Kommunikationsstrategie der Öffentlichkeit vorgestellt. Es dauerte nicht lange, bis sich der Kreis der überzeugten niederbayerischen Genusshandwerker erweiterte. So bereichern beispielsweise Komplementärprodukte des regionalen Metzger- oder Bäckerhandwerks das Biererlebnis um neue Sinneserfahrungen.

Bier - das ist ein Produkt, das für Niederbayern steht! Die Initiative tritt an, um dem Volksgetränk mehr Bedeutung zukommen zu lassen, als seiner über die Jahre angestammten Selbstverständlichkeit. Die Mitglieder des Zusammenschlusses Bierkulturregion Niederbayern haben vielleicht auch mit den wertigen Feierlichkeiten zum 500. Geburtstag des Bayerischen Reinheitsgebotes in Aldersbach und der zeitgleich durch Europa laufenden Craftbier-Welle einen Bewusstseinsschub für die herausragende Stellung ihrer handwerklich hergestellten Spezialitäten erhalten.

Dabei ist gerade die Mischung der beteiligten Betriebe aus kleinen und größeren Brauereien sowie aus mit der Region verwurzelten Handwerksbetrieben das, was den Ideenreichtum und die Innovationsfreude der Gruppe ausmacht.

Neben dem Gemeinschaftsgedanken für die Region hat die Jury am allermeisten die Zukunftsstrategie des Zusammenschlusses begeistert. **„Die Bierkulturregion vermittelt die weltoffenste Bierkulturerfahrung für den genussorientierten Kenner!“** lautet die Nummer-1-Positionierung unter allen bayerischen Bierregionen.

So ist klar formuliert, dass es nicht um ein rückwärtsgewandtes Bewahren, sondern um ein offenes, international orientiertes Entwickeln der Genussregion geht.

Damit dies gelingt, gilt es nun, die Produkte der Bierkulturregion unverwechselbar mit den Menschen und ihren Geschichten zu verknüpfen. Deshalb rücken die Mitglieder der Initiative nun die Menschen und Geschichten hinter den Bieren nach vorn und schaffen Bewusstsein und Identifikation für die Bedeutung ihrer unverwechselbaren Region.

Auch das gemeinsam kreierte Bier „Hopfenklang“ ist eine unverwechselbare, mit dem Logo der Bierkulturregion gekennzeichnete Spezialität. Es ist ein Zeugnis der Zusammenarbeit und zeigt, dass trotz der vielen individuellen Spitzenprodukte aus den einzelnen Häusern jederzeit Platz für Spezialitäten, weg vom Mainstream mit besonderer Wertigkeit im Markt ist.

Ein weiteres verbindendes Element ist die noch vor den Wirren der Pandemie eröffnete Bierstraße Niederbayern in einem Passauer Getränkemarkt. Heimatverbundenheit, dauerhaft sichere Arbeitsplätze, regionale Verantwortung und die Gelassenheit, nicht jedem Trend hinterherlaufen zu müssen, ebneten den Weg für dieses Pilotprojekt.

Mit der Bierstraße schlägt die Bierkulturregion aber auch die Brücke zum Endverbraucher. Jedem Bier liegt eine ausführliche Bierbeschreibung mit Trinkempfehlung und ein Verzeichnis aller Gastronomiebetriebe der Region bei, die Biere der Bierkulturregion auf der Getränkekarte führen.

Mit dieser und sicherlich vieler weiterer Aktivitäten und Ideen wird die Initiative Bierkulturregion Niederbayern weit über ihre Grenzen hinaus die Vermarktung der heimischen Bierkultur stärken, genussorientierte Besucher anlocken und somit seinen Beitrag leisten, den Bestand der örtlichen Brauereien und den Erhalt

dieses besonderen Stückes niederbayerischer Bierkultur dauerhaft zu sichern. Vielleicht heißt es dann bald in den Reisebüros Europas: „Whiskey-Tour in Schottland? Weinerlebnis in der Wachau oder doch lieber Bierkulturregion Niederbayern?“

Die Jury war der Überzeugung, dass diese Bier-Idee es verdient hat, vergoldet zu werden!

Eine wirklich gelungene BierIdee!

Der Bayerische Brauerbund und der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband verleihen den Mitgliedern der Bierkulturregion Niederbayern die Goldene BierIdee 2021.

Herzlichen Glückwunsch.

Schloss Neuburg am Inn, den 14. Juli 2021

- Es gilt das gesprochene Wort -

LANDKREIS FREYUNG-GRAFENAU
DER LANDRAT

FRG Landkreis Freyung Grafenau MEHR RAUM UND ZEIT.

Begrüßung von Landrat Sebastian Gruber
bei der Auszeichnung mit der „Goldenen Bieridee 2021“
am 14.07.2021 im Schloss Neuburg/Passau

- Es gilt das gesprochene Wort! -

Sehr geehrte Feinschmecker und Bierfreunde der Region,

Regionalität und die damit verbundene Rückbesinnung auf heimische Lebensmittel liegen - auch verstärkt durch die Corona-Pandemie - voll im Trend. Dies haben visionäre und rührige Akteure früh erkannt und sich bereits 2016 zur „Bierkulturregion“ zusammengeschlossen. In der jüngsten Vergangenheit hat es sich ergeben, dass sich zwei der letzten echten Stadtbrauereien mit Braustätte mitten im Stadtzentrum, eine der kleinsten Weißbierbrauereien der Welt, der Erfinder des Dinkelbieres, der erste Biersommelierwirt Deutschlands, eine begehrte Klosterbrauerei sowie zwei Brauereien, die als Genossenschaften ihren Bürgern gehören, in den Landkreisen Freyung-Grafenau und Passau etabliert haben. Dazu kommen noch bekannte und erfolgreiche Hoteliers und Manufakturen der Region.

Eine so vielfältige Auswahl an "Bier-Kompetenz", die sich gegenseitig ergänzt, würde man kaum erwarten.
Seit mehr als 20 Jahren beschäftigt sich ja auch unser umtriebiger erster Biersommelier Deutschlands, Bernhard Sitter vom 1. Bier- und Wohlfühlhotel Gut Riedelsbach - mittlerweile ja in Bayern auch bekannt aus "Rundfunk und Fernsehen" - intensiv mit der aktiven Vermarktung des Themas Bier.

Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen regionalen Produkten steigt stetig. Gut ist zudem, wenn man es schafft, mit diesen Produkten und Angeboten die dahintersteckende Historie/Geschichte möglichst authentisch zu vermitteln. In Zeiten von Globalisierung, Überflutung des Marktes mit ähnlichen Produkten und austauschbarer Angebote werden die Menschen offener und sensibler für Individualität und vor allem auch Regionalität. So trifft man den Zeitgeist.

Das wichtigste Gemeinschaftsprodukt dieser Kooperation ist der sogenannte „Hopfenklang“, der jährlich in verschiedenen „Partituren“ aufgelegt wird. Produziert werden von dieser Dreiviertelliterflasche ca. 2.000 Stück, wobei jede Flasche individuell nummeriert wird.

Der Landkreis Freyung-Grafenau hat diesen landkreisübergreifenden Zusammenschluss aus Brauereien, Gastronomie- und Hotelbetrieben sowie weiteren Partnern von Beginn an finanziell und personell unterstützt, weil es uns ein Anliegen ist, die Zusammenarbeit solcher Initiativen zu stärken.
In der „Bierkulturregion“ haben sich mittelständische Brauer, Wirte, Gastgeber und Handwerker aus der Region zusammengefunden, die eines verbindet: die Leidenschaft für alles rund ums Bier.

Die Bierkulturregion will sich nicht über die Menge des Bierausstoßes und einen geringen Kaufpreis als Verkaufsargument "verkaufen".
Das „besondere Lebensmittel Bier“ wird in dieser Kooperation mit anderen Themen bzw. Produkten verknüpft - z.B. Glas, um den Geschmack des Bieres in einem edlen Bierglas noch besser zur Geltung zu bringen; Brot und Bratwurst – um neben dem „flüssigen Gold“ auch andere „Grundnahrungsmittel“ zu genießen. Mit viel Gespür für Lebensmittel werden diese Köstlichkeiten und Kostbarkeiten gebraut, gebacken oder im Fleischwolf gemischt und aufeinander abgestimmt.

Diesen kulinarischen Ideen, die zusammenbringen, was zusammengehört, sind auch die Erdäpfel hinzugefügt worden, man könnte sagen „Bier trifft Erdäpfel“. Eine solche Idee erscheint vielleicht auf den ersten Blick etwas ungewöhnlich, hört sich aber nicht nur gut an, sondern hat vor allem viel Potenzial.
In dieser letzten Entwicklungsstufe ging es um die Internationalisierung im grenznahen Raum zwischen Oberösterreich und Bayern auf der Ebene von Bierbegleitprodukten. Zu diesem Zweck bilden die Bierkulturregion Niederbayern und die Sauwald Erdäpfel GmbH eine grenzüberschreitende Genusskultur-Allianz. Beide Organisationen sind sich in Historie, Werten und Zielsetzung sehr ähnlich und ergänzen sich in ihren Produkten, Kunden und Absatzkanälen in idealer Weise.

Die heutige Auszeichnung der „Goldenen Bieridee“ ist ein Meilenstein in der jungen Geschichte dieser Bier-Kooperation, vor allem aber ein Zeichen der Wertschätzung zur gelungenen Zusammenarbeit zum „Thema Bier“ in unserer Bayerwald-Region.

Diesen Abend nutzen wir aber auch, um zwei Ehrenmitglieder auszuzeichnen: Der Dank geht an Altlandrat Franz Meyer als einem der beiden Gründungsväter sowie Reinhold Steiml für die tolle Unterstützung in der Medienarbeit.
Wir können uns auch geehrt fühlen, heute die neugewählte Bierkönigin Sarah Jäger unter uns begrüßen zu dürfen. Es ist nicht selbstverständlich, dass „eine Durchlaucht“ wie unsere bayerische Bierkönigin bei einer regionalen Veranstaltung anwesend ist und zudem noch die Ehrenurkunden persönlich überreicht.

Als Landrat des Landkreises Freyung-Grafenau danke ich den einzelnen Akteuren der Bierkulturregion für ihren tatkräftigen Einsatz und wünsche diesem Zusammenschluss noch zahlreiche weitere Erfolge!

Grußwort Landrat Raimund Kneidinger

Bierkulturregion Niederbayern: Verleihung „Goldene BierIdee“

Anrede

Als der Fußballeuropameister am Wochenende seinen Pokal erhielt, dann war das keine Auszeichnung für den Trainer oder einzelne Spieler, sondern für das Team.

So verstehe ich auch die „Goldene BierIdee“ als Würdigung einer großartigen Gemeinschaftsleistung über Landkreisgrenzen hinweg, über Branchen hinweg und mit Beiträgen der unterschiedlichsten Menschen.

Sie alle haben die Bierkulturregion Niederbayern zu einem Erfolg gemacht. Stellvertretend für sie sage ich von Herzen: „Danke für die Auszeichnung.“

Anrede

Bier ist ein Thema mit vielen Variationen. Das wurde gerade hier in der Region spätestens bei der Landesausstellung 2016 in Aldersbach deutlich.

Die Menschen waren von „Bier in Bayern“ berührt und begeistert. Das war die Basis des Erfolgs der Ausstellung.

Bier hat eben mehrere Dimensionen: Eine historische, eine kulturelle, aber vor allem auch eine emotionale.

Dieser Dreiklang ist gerade dann wichtig, wenn wir uns als Region mit hohem Freizeit und Erlebniswert sowohl für Gäste als auch Einheimische verstehen.

Ich denke, das alles ist im Begriff „Bierkulturregion“ enthalten.

Mein Dank geht heute an alle, die dieses Projekt vorbereitet und auf den Weg gebracht haben, in besonderer Weise an meinen Vorgänger Franz Meyer, der einer der Initiatoren der Bierregion war und ist.

Dieses Projekt führe ich gerne weiter - mit Überzeugung! Und mit Unterstützung unserer Tourismusreferentin Edith Bottler.

Vielen Dank dafür!

Anrede

Das Corona-Jahr 2020 hat deutliche Bremsspuren in den Übernachtungszahlen hinterlassen. Auch wenn wir nach wie vor mit deutlichem Abstand zweitstärkster Tourismus-Landkreis in Bayern sind:

Langfristigen Erfolg müssen wir uns immer wieder neu erkämpfen. Mit Qualität und Innovationskraft!.

Beides ist in der Bierkulturregion optimal umgesetzt. Der Verbund vieler Partner mit einem stimmigen Gesamtkonzept steht für unsere Bereitschaft, uns immer wieder neu zu erfinden.

Darauf können wir heute optimistisch sagen: Prost!

Prost, Bierkulturregion!

„Goldene BierIdee“

Der **Bayerische Brauerbund e. V.** und der **Bayerische Hotel- und Gaststättenverband e.V.** haben anlässlich des „Tages der Bayerischen Biere“ am 23. April 1999 die "Goldene BierIdee" ins Leben gerufen.

Der sich beständig verschärfende Wettbewerb in der Brauwirtschaft, die sich abzeichnenden demographischen Veränderungen, die mit einer Abnahme des Konsumentenpotentials auch für die Brauwirtschaft einhergehen werden sowie das sich ständig wandelnde Freizeit- und Konsumverhalten zwingen die Unternehmen des Brau- wie des Gastgewerbes, neue Wege zur wirkungsvolleren Präsentation bayerischer Bierspezialitäten zu beschreiten.

Bei ihrem Bemühen, Kennerschaft rund um die besondere Reichhaltigkeit des bayerischen Bierangebotes zu vermitteln, das Bayerische Bier sowohl neuen Konsumentenkreisen nahe zu bringen als auch überzeugten Bierliebhabern in innovativer Form zu präsentieren und den Blick für die einzigartige Vielfalt der Braustätten in Bayern, aber auch deren Erhalt zu schärfen, beweisen sowohl Brauereien als auch Gastronomen große Kreativität.

Die besondere Popularität des bayerischen Volksgetränks und Kulturgutes Bier inspiriert darüber hinaus auch Branchenfremde, sich Gedanken über neue Präsentationsformen des Bieres, seiner Rohstoffe und die Verwendung der Nebenprodukte der Bierherstellung zu machen.

Jede dieser Ideen leistet letztlich ihren Beitrag, das Image des Bayerischen Bieres zu fördern und seine herausragende Stellung innerhalb der Produkte der deutschen Brauwirtschaft weiter zu festigen. Auch wenn sich seit der Implementierung der Auszeichnung gerade in Punkto Kennerschaft und Wertigkeit viel getan hat, unterliegt der Biermarkt einem ständigen Wandel, dem die Branche immer wieder mit neuen Ideen begegnen muss.

Die Auszeichnung "**Goldene BierIdee**" würdigt besondere Verdienste um die Präsentation der bayerischen Brauwirtschaft und ihrer Erzeugnisse. Sie soll Brauern, Gastronomen und Freunden des Bayerischen Bieres aber auch Ansporn sein, sich selbst um attraktive, originelle und moderne Formen der Darstellung des traditionsreichen bayerischen Wirtschaftszweiges und seiner zahlreichen Spezialitäten zu bemühen.

Und sie soll den Bierliebhabern signalisieren, dass auch eine Branche, die ihre in Jahrhunderten zählende Tradition bewusst pflegt, Wandlungsfähigkeit und Innovationskraft besitzt, um sich den sich beständig wandelnden Anforderungen ihrer Kunden flexibel anzupassen, damit das Bier nach beinahe 6000-jähriger Geschichte die zeitgemäße Antwort auf den Durst auch im 3. Jahrtausend bleibt.

Goldene BierIdee

Preisträger 1999-2021

2021

- **Die Opernmacher GbR**
  Für die „Bieroper"
- **Landkreis Bamberg**
  Für das Landkreisbier „36 Kreisla“
- **Landkreis Freyung-Grafenau & Landkreis Passau**
  Für die „Bierkulturregion Niederbayern"

2020

Coronabedingt keine Preisverleihung

2019

- **Stadt Forchheim**
  Für den „WALK OF BEER“
- **Tucher Bräu GmbH & Co. KG**
  Für „Tucher "Altes Sudhaus"
- **Bavarian Caps GmbH**
  Für „Bavarian Caps "Bayern - unsere Biere"“

2018

- **Stadt Zwiesel**
  Für das „Brauereiwagen-Geschicklichkeitsfahren“
- **„Fünf-Seidla-Steig“**
- **Markt Eslarn**
  Für das „Biererlebnis Kommunbrauhaus Eslarn“

2003

- **Bernhard und Dietrich Sailer, Hofbräuhaus Traunstein Josef Sailer KG**
  erlebnisorientierte Biergastronomie mit hervorragender Präsentation der Biergeschichte und der Biervielfalt
- **Bayerisches Brauereimuseum Kulmbach**
  Bewahrung, Pflege und zeitgemäße Präsentation des traditionsreichen Braugewerbes und der bayerischen Bierkultur
- **Biermösl Blosn**
  Engagement für den Erhalt der mittelständisch geprägten bayerischen Braukultur sowie der traditionellen Dorfwirtshäuser

2002

- **Bavaria Getränkevertrieb, Dreieich (Hessen)**
  aufmerksamkeitsstarke Präsentation bayerischer Bierspezialitäten im außerbayerischen Handel
- **Tourismusverband Ostbayern e.V., Regensburg**
  Kampagne „Bier und Barock in Ostbayern und Böhmen“
- **Fränkisches Freilandmuseum, Bad Windsheim**
  Erhalt und Wiederbelebung historischer Braustätten

2001

- **Städtische Berufsschule II (Abt. Gastronomie), Regensburg**
  fächerübergreifendes Unterrichtprojekt „Bier“
- **Nägelhof, Erlangen-Büchenberg**
  herausragende bayerische Bierspezialitäten in der gehobenen Gastronomie
- **Brauerei-Ausschank Schnitzlbaumer, Traunstein**
  attraktive Präsentation bayerischer Bierspezialitäten in der Erlebnisgastronomie

2000

- **Frankenpost, Hof**
  Anzeigenkampagne „Bier von hier“
- **Getränke Agentur Gottschalk, Mallersdorf-Pfaffenberg / Bayern-Dilo, Bochum (Nordrhein-Westfalen)**
  aufmerksamkeitsstarke Präsentation bayerischer Bierspezialitäten im Handel in und außerhalb Bayerns
- **Hotel am See, Neutraubling**
  herausragende bayerische Bierspezialitäten in der gehobenen Gastronomie

1999

- **Buchverlag Mittelbayerische Zeitung, Regensburg**
  „Oberpfälzer Bierführer“
- **@gua Internet Solutions, Würzburg/Nördlingen**
  E-Commerce/ Online-Labeling: Internet-Nutzer können ihre eigenen Bierflaschen-Labels gestalten
- **Brauerei-Gasthof Hotel Post, Nesselwang**
  attraktive und kompetente Präsentation bayerischer Bierspezialitäten auf der Speisen- und Getränkekarte

2017

- **„Maisel`s Bier-Erlebnis-Welt“**
  Für das Gastronomiekonzept „Liebesbier - aus Liebe zum Bier“
- **Tourismusverband Neumarkt e.V.**
  Für „Neumarkter Schmankerlwochen 2016: BierKüchen - Gebrautes liebt Gekochtes, Gebratenes und Geschmortes“
- **Dr. Johannes Lang, Historiker und Stadtheimatpfleger der Stadt Bad Reichenhall**
  Für die Entdeckung des „Reichenhaller Reinheitsgebots von 1493“

2016

- **Brauerei Aldersbach Frhr. v. Aretin GmbH & Co. KG und das Haus der Bayerischen Geschichte, Augsburg**
  Für die Konzeption, Recherche und Durchführung der Landesausstellung "Bier in Bayern" und dem dazugehörigen Rahmenprogramm
- **Chiemgau Tourismus e.V.**
  Für sein Tourismusprojekt "Die privaten Heimatbrauer" in Kooperation mit 11 lokalen Brauereien und der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH
- **Brauhaus Faust OHG, Miltenberg**
  Für die erlebnis- und genussorientierte Präsentation bayerischer Bierspezialitäten innerhalb des Gesamtkonzeptes "Brauhaus Faust"

2015

- **Herrn Wolfgang Gschwendner und die Gemeinde Übersee-Feldwies**
  Für die Rettung des Dorfwirtshauses „d`Feldwies“ und die Bewahrung traditioneller bayerischer Wirtshauskultur
- **Herr Markus Raupach**
  Für seine engagierte journalistische Arbeit für das Bierland Bayern und die Gründung der Deutschen Bierakademie GmbH in Bamberg
- **Stadt Spalt**
  Für die Gründung des HopfenBierGut-Museums im historischen Kornhaus der Stadt Spalt

2014

- **Schwarzbräu GmbH, Zusmarshausen, Schwaben**
  Für das Projekt „Bier-Kunst-Kreisl“.
- **Kreisstelle Eichstätt des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern e.V., Oberbayern**
  Für das langjährige Engagement im Rahmen der Bayerischen Bierwochen.
- **Getränke Liebick, Germering, Oberbayern**
  Für die innovative Vermarktung regionaler Bierspezialitäten aus ganz Bayern im Großraum München über die Landbier-Zentrale Bayern und Liebick-Getränke

2013

- **Herrn Artur Marienfeld, Rosenheim, Oberbayern**
  Für die Präsentation und Vermarktung Bayerischer Bierspezialitäten über das Internetportal www.Biershop-Bayern.
- **Frau Martina Schuster und Herrn Johannes Thürmer, München**
  Für ihre Beitragsreihe „Biergartenführer - wo Maß und Brotzeit noch erschwinglich sind“, Redaktion Geld & Leben, Bayerisches Fernsehen.
- **Herrn Frank-Michael Böer, München**
  Für seine Idee und Durchführung der „Braukunst Live“.

2012

- **Privatbrauerei Zötler GmbH, Rettenberg im Allgäu**
  Für ihr großes Engagement um die Aus- und Weiterbildung von Führungskräften und Mitarbeitern in der Gastronomie innerhalb der Zötler Gastro-Akademie und des Zötler Gastro-Forums.
- **Herrn Oberbürgermeister Dieter Thalhammer, Stadt Freising**
  Für das langjährige Engagement, die Stadt Freising voll Stolz als facetten- und traditionsreiche Stadt des Bieres zu präsentieren.
- **Verein Bierland Oberfranken e.V.**
  Für die Bemühungen um die Bewahrung der oberfränkischen Bierkultur und die Präsentation der einzigartigen oberfränkischen Brauerei- und Biervielfalt im Rahmen eines touristischen Gesamtkonzeptes.

2011

- **Joachim Kaiser, Wirtshaus Meyers Keller, Nördlingen**
  Präsentation regionaler Bierspezialitäten in der gehobenen Gastronomie sowie innerhalb der Slow Food-Bewegung und der Kampagne „Geo Park Ries kulinarisch - so schmeckt die Region!“
- **Stefanie und Dr. Alois Plößl, Rhanerbräu GmbH & Co KG, Schönthal**
  hochwertige Präsentation von Bayerischem Bier innerhalb des Gesamtkonzepts „Rhaner Bier erleben“ sowie Ihren ständigen Einsatz zum Erhalt der bayerischen Bierkultur in Ihrer Region
- **Sabine Weyermann und Thomas Kraus Weyermann, Weyermann®Malzfabrik, Bamberg**
  großes Engagement als weltweiter Botschafter für die bayerische Bierkultur sowie Ihren unermüdlichen Einsatz zum Erhalt der bayerischen Biervielfalt nach den Vorgaben des Reinheitsgebotes von 1516

2009/ 2010

- **Ursl Blenk, Frank Wetzel und Robert Pawelczak**
  Initiative „Bierregion Franken“ und damit das Bemühen für den Erhalt der bayerischen Bierkultur
- **Johann Treintl**
  „Fest der 100 Biere“ und die damit verbundene beeindruckende Demonstration der einzig-artigen Vielfalt des bayerischen Braugewerbes
- **Kurt Adler, Alex Fella und Ludwig Müller**
  Wiederherstellung und Inbetriebnahme des ehemaligen Junkersdorfer Kommunbrauhauses“
- **Ferdinand Schmid, Edith-Haberland-Wagner-Stiftung**
  Lebenswerk - Einsatz für die Bewahrung und Pflege bayerischer Bierkultur, u.a. in zahlreichen gastronomischen Objekten

2008

- **Bernhard Sitter, Sitter Bräu, Landgasthof Gut Riedelsbach**
  Biersommelier; erlebnisorientierte, wertige Präsentation bayerischer Bierspezialitäten im Landgasthof Gut Riedelsbach
- **Brauerei zum Kuchlbauer GmbH & Co. KG, Abensberg**
  Erlebnisorientierte und hochwertige Präsentation bayerischer Bierspezialitäten innerhalb „Kuchlbauers Bierwelt“
- **Kössel Bräu, Eisenberg und Sennerei Lehern (Allgäu)**
  Präsentation der beiden Traditions-Lebensmittel Käse und Bier aus Bayern auf dem „Allgäuer Bier-Käse-Wanderweg“

2006/ 2007

- **Aischgründer Bierstraße**
  gemeinsame touristische Präsentation regionaler Bierspezialitäten von acht Familienbrauereien
- **Brauereidorf Rettenberg**
  Gesamtkonzept „Brauereidorf Rettenberg“ in Zusammenarbeit mit der Gemeinde und den beiden örtlichen Brauereien
- **bierclub.de**
  hervorragende Präsentation bayerischer Biere im Rahmen des wertigen und informativen Internetportals www.bierclub.de

2005

- **Brauerei Aying Franz Inselkammer KG**
  herausragende Präsentation bayerischer Bierspezialitäten innerhalb des „Ayinger Gesamtkonzeptes“
- **Tourismusverband des Landkreises Kelheim**
  hervorragende Einbindung bierorientierter Angebote innerhalb des Landkreises in das touristische Programm
- **Vereinigung der Stadt- und Landkreisbrauereien des Landkreises Regensburg**
  gemeinsame Präsentation regionaler Bierspezialitäten

2004

- **Brauerei Gasthof Schäfflerbräu, Missen-Wilhams**
  erlebnisorientierte Präsentation bayerischer Bierspezialitäten in der Gastronomie
- **Bayern-Bier-Express, Hettenshausen**
  Vermarktung bayerischer Bierspezialitäten in Deutschland und europaweit
- **Stadt Bamberg**
  BierschmeckerTouren in Zusammenarbeit mit allen 9 Bamberger Brauereien