



Limitiertes Retro Sixpack: Pilsner Urquell feiert 182 Jahre Braukunst



Köln, August 2024: Pilsner Urquell ist ab August im limitierten Design im Handel verfügbar und beginnt damit die Feierlichkeiten zu seinem Jubiläum. Die perfekte Gelegenheit mit dem ersten Pils der Welt auf seine 182-jährige Geschichte anzustoßen – und auf die einzigartige Rezeptur, die seit Gründung der Brauerei unverändert blieb und auch in Zukunft bleiben wird.

Gemeinsam anstoßen auf 182 Jahre und all die Kommenden

Die Geschichte von Pilsner Urquell lässt Generationen zusammenrücken. Denn jeder Schluck ist heute genauso erfrischend und vollmundig im Geschmack wie damals. Seit 1842 wird jedes Pils nach originalem Rezept und mit den ursprünglichen Zutaten im traditionellen Brauverfahren exklusiv in der historischen Brauerei in Pilsen gebraut – Pilsner Urquell hält sein Versprechen, das originale Rezept und Handwerk zu bewahren und begeistert sowie überzeugt seither jeden Bierliebhaber.

Klares Statement zum Geschmack

Auch das limitierte Sixpack verändert nicht den Geschmack, sondern rückt den Fokus auf das Pilsner Urquell-Logo mit dem roten Siegel des historischen Brauereitors. In markantem Design wird auch die langjährige Tradition mit klarem Statement großformatig platziert und mit einem Stempel des diesjährigen Jahrestages versehen. Gebraut im tschechischen Pilsen seit 1842 mit den gleichen lokalen Zutaten wie dem geschmacksprägendem Saazer Aromahopfen.



Tradition braucht Innovation

An Traditionen festzuhalten, erfordert eine aufmerksame Beobachtung und Analyse aller Prozessschritte und derer Bestandteile, um einen zeitgemäßen Umgang mit jeglichen Herausforderungen zu gewährleisten. Ein großer Fokus liegt hier auf dem Hopfenanbau. Im Rahmen eines Forschungsprojekts wurden in den vergangenen zwei Jahren Daten gesammelt, um die Bewässerung des Bierhopsens zu optimieren und ideal an Wetterschwankungen anzupassen.

Auf Basis dieser umfangreichen Daten wurde gemeinsam mit tschechischen Entwicklern eine App entwickelt, die sich momentan im Pilotversuch befindet. So können 28 Hopfenbauern anhand ihrer Koordinaten und dem erwarteten Hopfenertrag die benötigte Wassermenge prognostizieren und entsprechend kalkulieren. Für das Forschungsprojekt hat sich Pilsner Urquell mit Microsoft, der Vereinigung der Hopfenbauern in Tschechien und weiteren Partnern zusammengetan, um den Saazer Aromahopfen zu bewahren.

Bild- und Pressematerial: [Download hier](#)

Pressekontakt für den deutschen Markt:

haebmau ag

Giuseppina Bruni
Rosenthaler Str. 52
10178 Berlin
giuseppina.bruni@haebmau.de

Über die Marke Pilsner Urquell in Deutschland:

[Pilsner Urquell](#) ist Teil der Asahi Europe & International Group und eine der wichtigsten Akteure in der tschechischen Brauindustrie. 1842 braute Josef Groll in der Stadt Pilsen das erste goldene Pils der Welt - Pilsner Urquell. Seither hat der Brauprozess die Art des Brauens revolutioniert und den beliebtesten Bier-Stil der Welt geschaffen. Bis heute wird Pilsner Urquell in derselben Brauerei gebraut, nach unverändertem Originalrezept und mit den gleichen heimischen Zutaten.



Über Asahi Brands Germany:

[Asahi Brands Germany](#) wurde im April 2017 mit Hauptsitz in Köln gegründet und wird geführt von Country Director Jan Krafka. Neben Peroni Nastro Azzurro steuert das Unternehmen auch das Marketing und den Vertrieb der Marken Tyskie, Pilsner Urquell, Asahi Super Dry, Koziel, Gambrinus, Lech, Zubr und Grolsch.

Die Asahi Brands Germany GmbH ist Teil des europäischen Flügels der Asahi Group Holdings, einem traditionellen japanischen Bier-, Whiskey- und Lebensmittelhersteller, gegründet im Jahr 1889. Das Asahi Europe & International Markenportfolio umfasst über 50 etablierte und lokale Marken. Dabei baut das Unternehmen auf mehrere Jahrhunderte Handwerkskunst und Brautradition. Asahi betreibt 19 Brauereistandorte in 8 Produktionsländern. Die älteste Brauerei geht auf das Jahr 1615 zurück. Jedes Jahr werden 65 Millionen Hektoliter Bier produziert und in die ganze Welt exportiert. Mit mehr als 10.000 engagierten Kollegen verteilt auf 90 Märkte ist das Unternehmen gut aufgestellt, um Menschen auf der ganzen Welt durch das gemeinsame Ziel, sinnvolle Verbindungen zu schaffen, zum verantwortungsvollen Trinken zu inspirieren.