

START UP

Aus reiner Braulust

Eingeschworene Hobbybrauer stellen schon lange ihr eigenes Bier her. Doch nun bringen junge Unternehmen die Idee einer breiten Kundschaft nah. Mathias Himberg

Es geht um Stolz, ums Selbermachen und um die Lust auf gutes Bier. „Wer jemals einem Freund eine selbst gebraute Flasche Bier gegeben hat, der weiß, was für ein gutes Gefühl das ist“, sagt Jörg Iversen. Dieses Gefühl bietet der 29-jährige App-Designer den Kunden seiner jungen Firma „Besserbrauer“, die er zusammen mit der 39-jährigen Mediaplanerin Kathy Gabel gegründet hat. Im Internet verkaufen die beiden Hamburger seit vergangenem Juni Brauboxen, Sets zum Selberbrauen in der heimischen Küche, schick aufgemacht und einfach erklärt.

Der Spaß ist nicht billig: 75 Euro kostet ein Paket mit Gärfflasche, Gärspund, Bierpumpe, Abfüllschlauch, Braumalz und Hopfenpellets. Es ergibt vier Liter Bier, der Liter kostet also 18,75 Euro. Ein Zutatenpaket für den zweiten Braugang gibt es für 12 Euro. Der Literpreis sinkt damit zwar, ist mit 3 Euro aber immer noch deutlich höher als bei Markenbieren.

Spaß statt Schnäppchen

Die Kunden suchen ohnehin kein Schnäppchen, sondern den Spaß, das Experiment, das gute Gefühl. „Beim Küchenbrauen geht es darum zu wissen, dass nur beste Zutaten ins Bier kommen“, sagt Iversen. Außerdem böten Sorten wie Pale Ale und Coffee Stout Alternativen „jenseits des langweiligen Pils- und Weizenbier-Einheitsbreis, Qualität und Vielfalt“.

Rückenwind bietet der allgemeine Trend zum Selbermachen, den derzeit Medien wie Zeit, Süddeutsche und Tagesspiegel feiern. Das branchennahe Rheingold-Institut schreibt: „In der heutigen Zeit fühlen wir uns immer mehr fremdbestimmt, gehetzt und ohne Gefühl für wirkliche, befriedigende Ergebnisse unserer Arbeit. Der Trend zum Selbermachen dient dem Stressabbau.“

All das bekommen die Kunden bei Besserbrauer mit weniger Aufwand als bei Dutzenden von alteingesessenen Anbietern für Hobbybrauer. Unternehmen wie Bier Kwik, Brau-Fix oder Speidel bieten umfangreiche Heimbrausets mit Gärbehältern bis zu 30 Litern an, mit denen man viel Zeit im Hobbykeller verbringen muss. Mit Besserbrauer hingegen kann der Kunde in der Küche bleiben und braucht zum Brauen nur fünf Stunden– inklusive Maischen, Läutern, Hopfenkochen, Kühlen und Abfüllen. Trinken kann er sein Bier dann nach drei bis fünf Wochen. „Wir sind so etwas wie das Einstiegsprodukt“, sagt Iversen. „Mit uns können die Leute ihren Spaß am Selberbrauen entdecken.“

Diesen Spaß lassen sich die Kunden durchaus etwas kosten: Rund 100000 Euro haben Iversen und Gabel im vorigen Halbjahr umgesetzt, dieses Jahr wollen sie an der halben Million kratzen, 2016 soll ihr Start-up für beide ein Gehalt abwerfen. Wegen der hohen Nachfrage mussten sie die Lieferzeit schon von sieben auf bis zu 14 Tage erhöhen.

Außer im Hamburger „Craft Beer Store“ sind die Boxen bislang nur im Internet zu haben, aber die Besserbrauer wollen dieses Jahr auf Geschenk- und Feinkostläden zugehen und haben Produktproben an den Lebensmitteleinzelhandel verschickt. „Im Discount sehen wir uns weniger, aber Edeka wäre für uns interessant“, sagt Iversen.

Die Firma Braufässchen ist da schon weiter. Auch die Münchner bieten Komplettpakete zum Selberbrauen an, haben damit im vergangenen Jahr aber schon 1,5 Millionen Euro umgesetzt und peilen dieses Jahr 2,5 Millionen Euro an. Die drei Gründer Dominik Guber, Ping Lu und Wolfgang Westermeier ziehen aus ihrem drei Jahre alten Geschäft ein Gehalt, von dem sie in München nach eigener Aussage gut leben können, beschäftigen zwei Mitarbeiter und sechs Praktikanten. Seit vergangenem November gibt es das „Brewbarrel“ auch in Großbritannien, mit einem fünfstelligen Umsatz ist es laut Guber „sehr gut angelaufen“.

90 Prozent des Umsatzes macht Braufässchen online, über den eigenen Webshop, Amazon, Ebay, Geschenkeseiten und Heimbraushops. „Aber im LEH können wir noch einiges zulegen“, sagt Guber. Seit Oktober kooperiert er mit der Vertriebsfirma MBG, die bekannte Marken wie Effect, Almdudler und Perrier in den Handel bringt. Schon jetzt ist Braufässchen bei Metro und in Getränkemarkt gelistet, in der Regel für rund 30 Euro, weitere Absatzkanäle sollen folgen. „Mit allen größeren Händlern sind wir im Gespräch, darunter Rewe und Lidl“, so Guber. 2014 hatte es bereits Aktionen bei Netto und Edeka-Händlern gegeben.

Der Clou am Braufässchen ist die Einfachheit: Der Kunde gibt in 10 bis 15 Minuten alle Zutaten und Wasser in ein 5-Liter-Fässchen, das Ganze fängt sofort an zu gären und ist in einer Woche trinkfertig. Das bringt dem Braufässchen zwar

die Kritik eingefleischter Hobbybrauer ein, der Vorgang sei überhaupt nicht Brauen zu nennen, macht es aber für Einsteiger attraktiv. „An die richten wir uns“, betont Guber.

30000 Möglichkeiten

Zweiter Vorteil ist, vor allem im Internet, die Vielfalt: Der Kunde kann eine der Grundsorten Pils, Weizen, Dunkles, Pale Ale und Lager mit einer von drei Hopfenstärken kombinieren und bis zu drei Aromen hinzugeben, zum Beispiel Mango, Waldmeister oder Bourbonholz. 30000 verschiedene Kombinationen sind auf diese Weise möglich. „Das kann keine Großbrauerei leisten“, freut sich Guber. Zumal das deutsche Reinheitsgebot die Zugabe von Aromen den Profis verbietet, den Privathaushalten aber erlaubt.

Wenn Guber könnte, würde er das Reinheitsgebot abschaffen – oder zumindest „innovativ anpassen“ und Aromen erlauben. „Das Ansinnen, die Bierqualität zu schützen, ist zwar sinnvoll“, sagt er, „aber wir müssen mehr Vielfalt in den deutschen Biermarkt bringen.“ Den Fall des Reinheitsgebots hält er trotzdem für unrealistisch – dafür sei es als Marketing-Instrument deutscher Brauereien einfach zu gut. Demgegenüber erscheint das Fernziel seiner Hamburger Wettbewerber schon fast machbar: „Wir wollen alle Küchen der Welt zu Brauereien machen.“

Iz 02-15

Himberg, Mathias


Bildunterschrift: Foto: Beck`s/ Composing: LZ

| | |
|------------------------|--|
| Quelle: | Lebensmittel Zeitung 02 vom 09.01.2015 Seite 032 |
| ISSN: | 0947-7527 |
| Ressort: | Journal |
| Schlagworte: | Trends Bier Produktpolitik Umsätze und Ergebniszahlen |
| Firma: | Besserbrauer Braufässchen |
| Land: | Deutschland |
| Dokumentnummer: | 20150109297103 |

Dauerhafte Adresse des Dokuments:

https://www.genios.de:443/document/LMZ__20150109297103%7CLMZA__20150109297103

Alle Rechte vorbehalten: (c) dfv Mediengruppe - Zum Erwerb weitergehender Nutzungsrechte: content-syndication@dfv.de

 © GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH