



Nachdem Craftbier im Jahr 2015 in allen Medien omnipräsent war, wurde es in diesem Jahr durch das Jubiläum „500 Jahre Deutsches Reinheitsgebot“ medientechnisch etwas zurückgedrängt bzw. eingebunden. Die Vielzahl an Veröffentlichungen und die steigende Anzahl von Craftbrauern und -bieren sind ein genereller Gewinn an Aufmerksamkeit und Wertigkeit für Bier. Als Craftbiere betrachte ich wie die meisten meiner Gesprächspartner und die Branche generell Craftbiere im engeren Sinn, also ohne Spezial-/Saisonbiere.

Hoch gehandelt

Craftbier – eine Erfolgsgeschichte auch für den GFGH?

Craftbiere auf trendprägender Gewinnerstraße?

Wenn auch die Szene nahezu unübersichtlich zersplittert ist, so kommt sie doch voran mit zunehmender Professionalität. Mittlerweile sind von dem Trend auch Großbrauereien/Konzerne beeindruckt und erweitern ihr Sortiment entsprechend. Letztendlich werden hier die Zahlen (hl) über die Sortimentsausweitung entscheiden. AB InBev als mittlerweile Globalplayer fehlt sicherlich die Authentizität (lt. Outsider: „mäßiger Erfolg“; Insider: „unterhalb der Erwartungen“), oder sind die vier Sorten nicht als Craftbier gemeint?

Mein Eindruck: Nicht jeder der will, kann bzw. kommt an! Dies stellt auch an die Logistik besondere



Rewe city; Beck's Craftbiere



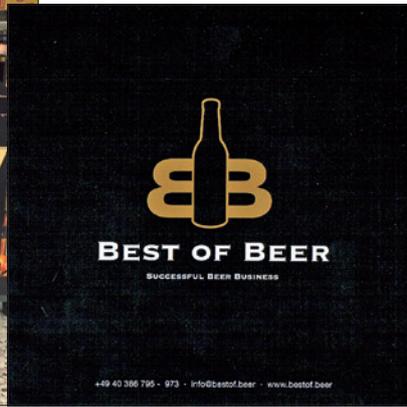
Udo Bodenberger

Getränke-Experte;
www.bodenberger.com

Dienstleister	www	Kunden
best of beer GmbH, Hamburg	.bestof.beer	Metro; real,-
Hamburg Beer Company GmbH	.beercompany.de	Rewe
Hirdes Vertriebs-GmbH & Co.KG	.geschenkruege.de	Selgros; Edeka



Metro Craftbier-Regal ...



... und Erläuterungen

AND UNION			
Moderat bewertete Craft Beer - eine internationale Craft Beer Erfolgsgeschichte seit 2007. Mit fünf in Bayern geliebte Sorten ist AND UNION jetzt auch deutschlandweit in Deutschland verfügbar.			
	AND UNION Unfiltered Lager (0,5l)	AND UNION Steph Weiss (0,5l)	
Aroma	frische Heu und Zitrusenschale	Vanille, Gewürznelke und tropische Früchte	
Geschmack	Zitrus, Bittere und ein wenig malzig	süßlich, wenig und ein wenig Biersteine	
Abgang	weiche Kälte und knackiger, frischer Hopfen	Vanillepudding, Limonenschale und tropische Früchte	
Alkohol	5 vol.-%	5 vol.-%	
Perfekt zu	Nichten Gerichten, Snacks, sehr gut als Aperitif	Aperitif, Salat, Sushi, Lachs, Hummer, Eier	
	AND UNION Boast of the Deep (0,5l)	AND UNION Sunday Easy Pale Ale (0,5l)	AND UNION Friday IPA (0,5l)
Aroma	Orange, Marzipan, tropische Früchte	Orangenschale und Süße Blüten	geröstete Mandelrinne und Pfirsich-Orange
Geschmack	energie, weich und süßlich malzig	Mandarine, Grapefruit und viel Malz	weil, Bittere Bittere und Citrus Früchte
Abgang	Zitrusenschale und viel Kälte	Zitrus und wunderbar hopfig	frischer bitter und kraftiger Hopfen
Alkohol	8,5 vol.-%	5,5 vol.-%	8,5 vol.-%
Perfekt zu	Hauptgerichten mit Schinken, Wurst, Pulled Pork oder Eisbein	Meeressalate, Fritiertes, weißer Käse oder Schinken	Hauptessen z.B. Indianer Curry, BBQ, würstigen Käse

Anforderungen, die bisher national überwiegend vom Lebensmittel und seinen Systempartnern gelöst wurden.

Die Funktionsstruktur zwischen Dienstleister und LEH/C&C ist unterschiedlich, am weitestgehenden bei der Best of Beer GmbH mit kompletter Auslagerung. Metro verfolgt mit dem Craftbier-Sortiment das Ziel, mehr Kompetenz in der Gastronomie zu erreichen und arbeitet auch mit Angeboten.

Der Craftbier-Vorreiter Braufactum mit Dr. M. Rauschmann war einer der ersten nationalen Systemlieferanten mit seiner geschlossenen Kühlkette zunächst im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und ausgewählter Gastronomie. Eine Weiterentwicklung hat in der Form stattgefunden, dass die offenen Kühlregale (Energiever-



„Braufactum“-Kühlschrank bei real



NEUE BIERKULTUR













KONTAKT NEUE BIERKULTUR

Neue Bierkultur GmbH
Waldschmidtstr. 19
60316 Frankfurt/Main

t 0049 | 69 | 24 74 975 60
f 0049 | 69 | 24 74 975 70
e info@neuebierkultur.de
w neuebierkultur.de

„Neue Bierkultur“
(6 Mitglieder)

lust) im LEH sukzessive durch kompaktere geschlossene Glaskühlschränke ersetzt werden. Dabei ergeben zwei Kühlschränke die gleiche Regalfäche.

Seit Anfang des Jahres werden drei Craftbiere im Fass (20-Liter-Edelstahl-Keg) mit gutem Erfolg angeboten. Auf die Qualität optimierte Rahmenparameter bei der Abfüllung und des Transportes lassen eine Belieferung ohne Kühlkette zu. Bei der Belieferung des Flaschensortiments bleibt es bei der Voraussetzung eines vorhandenen Kühllagers.

Daraus folgt die Ausweitung der Distribution auf ausgewählte GFGH, die über ein Kühllager verfügen (übrigens auch Bedingung für den Vertrieb von „Stone“). Damit bleibt Braufactum seiner Philosophie der Kühlkette als einem wichtigen Qualitätsmerkmal treu.

Wer handelt wie mit Craftbier und wo bleibt der GFGH?

Es war einmal: Die Getränkehersteller haben den GFGH genutzt, um Marken aufzubauen – durchaus in einer Win-win-Auslegung. Nach aufgebauter Nachfrage sprang der LEH auf. Beim Craftbier stellt sich die Situation anders dar.

Der Beginn der Craftbiere fand in der Geschenke-Ecke der Getränkefachmärkte (GFM) statt. Das war den Protagonisten der Craftbier-Hersteller zu

wenig und auch dem GFGH. Distribution und (limitierte) Mengen waren nur durch System-Dienstleister über den LEH zu erreichen; die gab es bis dato auf GFGH-Ebene nicht in einem übergeordneten Umfang. Von den überregionalen Craftbrauern werden ca. 90 Prozent über den LEH distribuiert.

Jetzt formiert sich für den GFGH in zunehmendem Umfang eine Struktur, die an Fahrt aufnimmt: Auf Herstellerseite haben sich Zusammenschlüsse – unter Wahrung der Selbstständigkeit – ergeben, die ihre Angebote bündeln: Jeff Maisel ist Initiator der „Neue Bierkultur“ | D. Schönart (.neuebierkultur.de). Im gemeinsamen Sortiment befinden sich 60 Artikel. Ein Schwachpunkt gegenüber „Die freien Brauer“ ist noch zweifelsfrei, dass die Craftbiere der Partner logistisch einzeln zu bewältigen sind. Das Service-Angebot umfasst Beratung/Schulung im Vertrieb bis hin zu Bierkarten.

Ein Partner sagt „enjoy yourself, man“ – warum eigentlich „man“? Eins scheint sich doch herumsprechen, dass zunehmend Frauen zu Craftbier als Genuss- und nicht Mengentrinker greifen!

Die Vorgehensweise eines Leitgroßhändlers im Süden scheint mir wegen seines Pragmatismus erwähnenswert: Er hat ein Kompetenz-Team gebildet, das ca. 20 Kunden ausgewählt und dort Anzahl und Sorten an möglichen Craftbieren abgefragt hat. Dabei stützt man sich überwiegend auf regionale Anbieter. In diesem Praxistest werden konkrete Erfahrungen gesammelt über Artikel- und Umschlagshäufigkeit, die in ein festes Craftbier-Sortiment münden sollen.

GEDIG

Eine regionale Kooperation, wie die GEDIG, hat strukturell bedingt eine andere Vorgehensweise: Um den Mitgliedern ein Komplett-Programm zur Auswahl anzubieten, orientiert man sich an bereits gelisteten Lieferanten. Hier bieten die „Freien Brauer“ aus der Region den idealen Beipack hinsichtlich Sortiment, Bekanntheitsgrad und Logistik mit vorkommissionierten Displaypaletten.

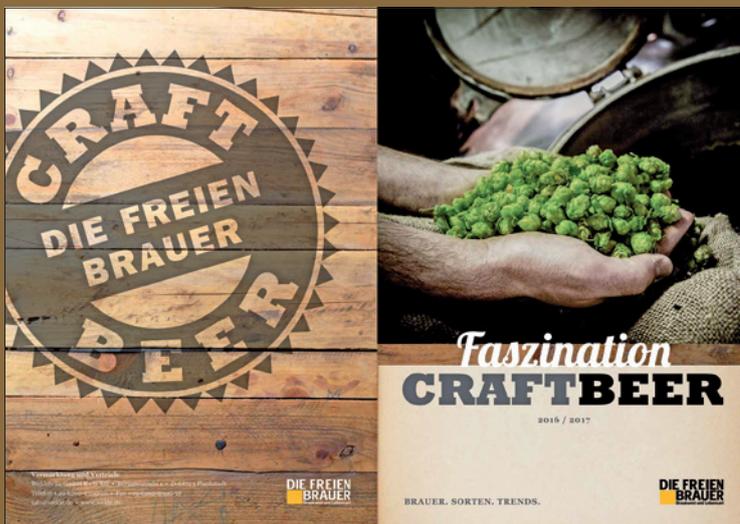
Einzelne Mitglieder kaufen als selbstständige Unternehmer einzelne Craftbiere bzw. Besonderheiten ein. Einer Gastro-Belieferung stehen zumeist die Bierlieferungsverträge der direkt liefernden Brauereien entgegen. Bei aller Spezialitätengeschäfte gilt es die „Brot- und Butter-Lieferanten“ weiter zu fördern.

Winkels Getränke Logistik

Der Systemlogistiker Winkels stellt sich aufgrund seiner breiten Distribution im Südwesten umfangreicher auf und nutzt die „Freien Brauer“ als auch die „Neue Bierkultur“. Dabei bieten sich logistische Vorteile über die zentrale Vermarktung und Vertrieb durch Weldebräu für die „Freien Brauer“. Verkaufshilfen für den Verkaufskanal GFM werden gezielt genutzt; in der Gastronomie arbeitet der Außendienst mit persönlicher Beratung.

» „Die Freien Brauer“

Ein weiterer Systemanbieter ist die Gruppe der „Die freien Brauer“ (.die-freien-brauer.com) mit den Mitgliedern im Süden: Alpirsbacher, Distelhäuser, Hütt, Riegele, Schweiger und Weldebräu. Letztere ist auch für Vermarktung und Vertrieb verantwortlich.



Die Freien Brauer vermarkten aktiv Craftbier ...

Craftbeer-Mix »Baden-Württemberg, Hessen & Bayern«

Artikelname	Craftbeer Mix »Baden-Württemberg, Hessen & Bayern«
Inhalt	7 Sorten Craftbeer von Welde, Riegele, Hütt
Gebindegröße	Display / ¼ Einwegpalette
Flaschen	Mehrwegflasche 0,33 ltr.
Anzahl Verkaufsgebinde	72 x 3er-Set Sets
Verkaufsgebinde	Welde Riegele HÜTT
weitere Kombinationen	keine möglich
Mindestbestellmenge	auf Anfrage
Verladung	4 x ¼ Einwegpalette auf Europalette verpackt
Dienstleister & Fakturierung durch	Weldebräu GmbH & Co. KG, 68723 Plankstadt
Lieferung	ab Rampe Plankstadt oder frei Haus zzgl. Fracht

... auch mit differenzierter regionaler Ausrichtung; hier Craft-Beermix „Baden-Württemberg“

Es werden acht regionale Kombinationen von Craftbeer-Mix-Displays mit insgesamt 18 Sorten angeboten. Diese Version eines flexiblen Angebots mit regionaler Berücksichtigung und „individueller“ Display-Unterstützung erscheint mir bedarfsgerecht für den GFGH in Süddeutschland zu sein. Der Kalkulationsaufschlag doppelt so hoch wie bei Bier im Durchschnitt berücksichtigt die geringeren Mengen.

GEVA

Auf nationaler Ebene ist die GEVA für ein Craftbier-Sortiment das Joint Venture „Boneva Craftinnovation GmbH“ zusammen mit der Bonifatius GmbH eingegangen und betreibt derzeit die Marktdurchdringung.

Diese Auflistung stellt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Auch alle anderen Initiativen tragen zur Förderung von Craftbier und Bier im Allgemeinen bei. Gypsy-Brauer (Kuckucks-/Wanderbrauer) fungieren in meinen Augen noch als seitliche Arabeske und Homebrewer werden qualitativ zum Teil auch als Risiko gesehen. Potenziale sind erkennbar für Reinkarnationen von alten, lokalen Marken im Dunstkreis der Konzerne – besonders in NRW wie das Beispiel der Berg-Brauerei in Dortmund zeigt.

Ergebnisse des Fragebogens

Die Aussagen meiner Gesprächspartner fasse ich anhand des Fragebogens zusammen (ohne jeweilige Zuordnung).

- Die Craftbiere spielen eine pushende Rolle für das Biersortiment; bilden ein Profilierungselement.
- Für viele Gesprächspartner ist der Mengenanteil weniger relevant (< 0,0 ... Prozent?) als die Zuwachsraten.
- In Kooperationen steigt das Angebot an Anbietern und Artikeln (Trend zu kleineren Gebinden 0,33 Liter).
- GFM ist analog zum LEH bedeutender – Gastro kämpft mit branchenüblichen Restriktionen.
- Angaben zur Kalkulation (soweit verfügbar) sprechen von einem Aufschlag von 40 Prozent oder das 2-fache der Spanne für normales Bier.



„Best of Beer“
(alle Fotos
von den Firmen
und vom Autor)

Craft Beer ADVENT CALENDAR

DIE TASTING-BOX FÜR
CRAFT-BEER-FANS!



- Exklusive Craft-Bier-Auswahl
- 24 x 0,33l Flaschen
- Neues und exklusives Verkostungsglas
- Verkostungsguide und Bewertungsblatt
- Geschenk, Probierpaket, Degustation

Die neue *BeerTasting* App

Jetzt ausprobieren! Mit der neuen, kostenlosen „BeerTasting-App“ bekommst du Informationen zu einzelnen Bieren jetzt noch schneller und unkomplizierter. Die App gibt es für Android und iOS. Jetzt runterladen unter www.beertasting.club/

Themen / Fragebogen

1. welche Rolle spielen CRAFTbiere bei Ihrem Biersortiment?
2. wie hoch ist der Mengenanteil (%)?
3. wird ein Gesamtpaket (GFGH) angeboten; mit wievielen Artikeln von wievielen CRAFTbrauern (davon ausländische)?
4. ist das Angebot (GFGH) differenziert nach Vertriebskanälen (GFM; Gastro)?
5. um wieviel höher (%) sind die Spannen CRAFTbier gegenüber Gesamtbiersortiment auf GFGH-Stufe und Einzelhandelsstufe (GFM; Gastro)?
6. werden Verkaufshilfen (spezielle Regale) zur Sonderplatzierung angeboten bzw. gestellt? Wer trägt die Kosten?
7. welche vertrieblichen Maßnahmen (AD; Flyer; Newsletter...) ergreifen Sie sonst noch?
8. GFM: nutzen Sie ein Komplett-Angebot eines Systemlieferanten / GFGH oder kaufen Sie einzeln ein?
9. welche Rolle spielen lokale/regionale, nationale und internationale Anbieter?
10. wie schätzen Sie die weitere Entwicklung (mengenmäßig; wertmäßig) ein?

Fragebogen

- Die Meinung ist einheitlich: Craftbier bedarf einer eigenen „Ecke“; zusätzliche Infos sind wünschenswert.
- Im EH (LEH+GFM) sind kurze Infos (Beispiel Metro) von Vorteil; in der Gastronomie sind intensivere Bearbeitungen durch den Außendienst notwendig.
- Die kommissionierten Angebote (Displaypaletten) werden gern aus praktischen, logistischen Gründen genutzt und zusätzlich lokale Zukäufe getätigt.
- Die Regionalität spielt für die mittelständischen GFGH eine entscheidende Rolle; Überregionalität wird im Rahmen bestehender Lieferantenbeziehungen akzeptiert.
- Die weitere Entwicklung wird allgemein weiter positiv gesehen. Da man sich noch immer am Anfang einer Entwicklung sieht, lässt man sich nicht auf Prognosen ein. Der Glaube ist da, dass bis 2025 Craftbier ein fester Bestandteil der deutschen Bierlandschaft sein wird!

Hilft ein Blick nach Italien?

Hier sind die Craftbrauer verbandsmäßig organisiert und an die „Slow Food“-Bewegung angelehnt. Das Beispiel Coop/Toscana zeigt Positives: ca. 20 Prozent der Regale sind für Craftbiere reserviert. Es finden sich im LEH fast nur Einzelflaschen und Multipacks. Das Negative auch hier die Preisgestaltung: Bulldog (Moretti) im Angebot 0,79 Euro/0,66 Liter; im Vergleich Moretti 1,97 Euro/3 x 0,33 Liter oder Moretti Buffo d'Oro 1,19 Euro/0,5 Liter (Erdinger 1,49 Euro/0,5 Liter).

Fazit

Es bleibt spannend: Craftbier wird weiter überdurchschnittlich wachsen durch Distributionsfortschritte der größeren Player, Markteintritt weiterer Craftbrauer und deren Professionalisierung, Perfektionierung logistischer Lösungen. Ob die Craftbiere den schleichenden Rückgang der Konsumbiere wettmachen können, scheint unwahrscheinlich.

Latent bleibt in meinen Augen trotz allen Image- und Wertgewinns die These des Philosophen John Ruskin (1819 bis 1900): „Es gibt kaum etwas auf dieser Welt, das nicht irgend jemand ein wenig schlechter machen und etwas billiger verkaufen könnte.“

» „Neue Bierkultur“

Jeff Maisel erscheint mir als einer der prägenden Brauer der Craftbier-Szene auch über die „Neue Bierkultur“ hinaus. Maisel ist national seit jeher gut vernetzt. Dies nutzt auch dem Craftbier-Segment, für das gemischte Displays und Holzregale für die Märkte angeboten werden.



„Maisel & Friends“ im Misch-Display für die 0,33 Liter-Gebinde ...



... und mit den 0,7-Liter-Flaschen im Holzregal