

Christian Klemenz – ein BWL-Student mit Semestern in München, Leipzig und China – hat in einem Auslandssemester in Ahmedabad/ Indien festgestellt, dass einheimisches Bier nicht schmeckt und deutsches Bier, trotz seines guten Rufes, kaum verfügbar ist. Die Idee als bieraffiner Franke war geboren: ein typisch deutsches Bier zu kreieren und nach Indien zu exportieren (2011). In Kooperation – bis heute anhaltend – mit der Brauerei Rittmayer/Hallerndorf wurde St. Erhard Kellerbier (filtriert) entwickelt.

BIEROTHEK® – eine Erfolgsgeschichte

Die Idee: in Indien geboren und in Deutschland realisiert

Christian Klemenz war nie im Anstellungsverhältnis sondern gleich Unternehmer, das heißt schon was. Seine Bierkompetenz hat er sich 2013 als Biersommelier erworben. Tradition spielt auch hier eine Rolle wie die Belegung der „Weißen Taube“, einer alten, längst geschlossenen Brauerei.

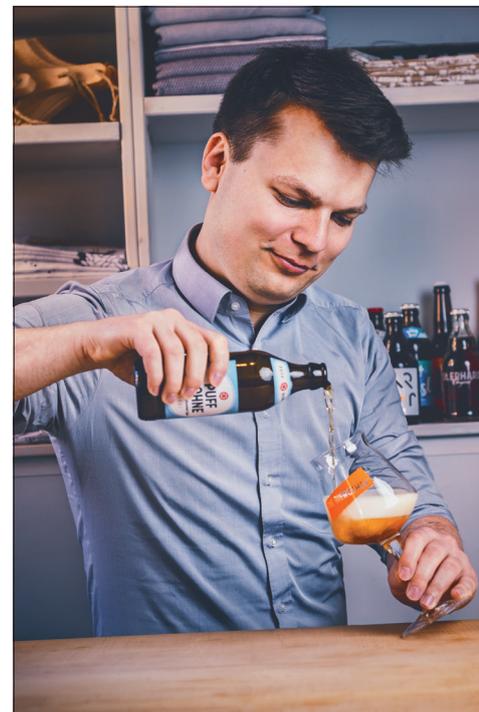
Im Design Verpackung und Etikett wurden moderne grafische Schritte besritten. Der Namensgeber war als Wandermönch im Elsass und später (8. Jahrhundert) als Missionsbischof in Regensburg tätig. U. a. galt er als Helfer gegen Kopfschmerzen – waren das Gründe für die Namenswahl für ein Bier? Dann war der Name mit sehr viel Bedacht ausgewählt.

Von Indien nach Deutschland

Die Anfangserfolge nach Indien mit zwei Kommilitonen als stille Partner und einem dortigen Partner weckten die angeborene Leidenschaft zu mehr.

Als Start-up gelang es zwei Business-Angel zu gewinnen, die bis heute dem Unternehmen verbunden sind. Mit Eigenmitteln und Unterstützung gelang der Start in Deutschland. Wie nicht anders zu erwarten, kamen Anfragen aus der Region, konzentrisch ging es weiter.

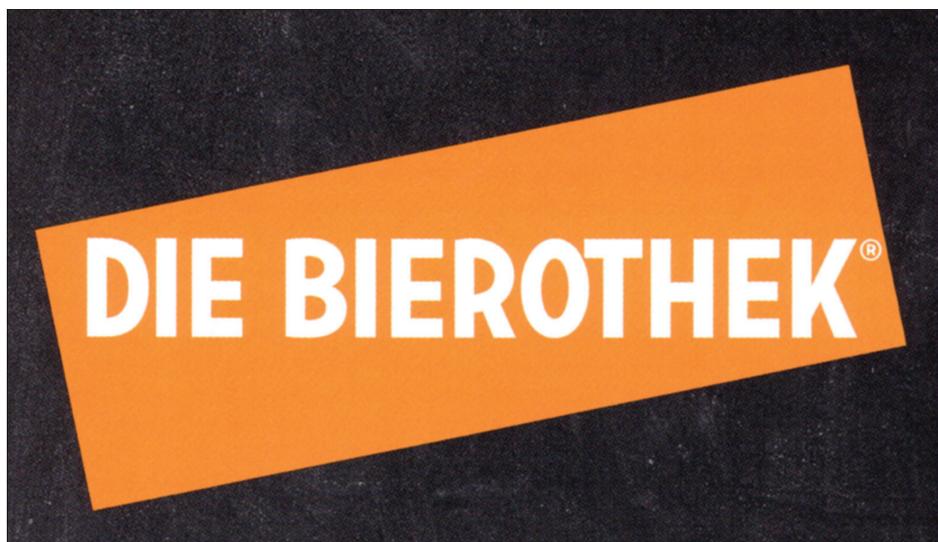
Die erste risikoreiche Entscheidung im Bierland Franken war die Gründung einer BIEROTHEK® in Bamberg (2014), durchaus mit dem Ziel einer Expansion.



Christian Klemenz,
Gründer und CEO der BIEROTHEK®



St. Erhard



Der größte Fachhändler für Bierspezialitäten (www.bierothek.de)



Dipl.-Ing.
Udo
Bodenberger

GetränkeExperte
(bodenberger.com)



Die Standorte

Inzwischen ist die Franchise-Familie auf 14 angestiegen, zusätzlich mit einer Filiale in Wien. Darunter sind 1a-Lagen wie Stuttgart im Königsbau. Die BIEROTHEK® kann inzwischen als führender Craftbier-Händler gelten. Der Online-Shop (über 500 Biere) und 14 Bierotheken (über 300 Biere) stellen ein professionelles Doppel dar. Der erste Schritt ins deutschsprachige Ausland nach Wien ist getan.



Bierothek Bamberg

Neuerdings existiert ein gekühltes Zentrallager in Bamberg, das alle franchisierten Filialen beliefert. Die Bierothek GmbH Bamberg (bierothek.com) bedient im Großhandel, Einzelhandel, über die Filialen hinaus verschiedene Online-Shops in Netzwerken Gastronomie und Einzelhandel.

Hinter all dem steckt die Philosophie, dem (potenziellen) Biertrinker den Stellenwert des Bieres als Kulturgut und Genussmittel zu vermitteln. Es gilt Neugier zu wecken. Die Franchisenehmer (in Einzelfällen: Braumeister + Sommelier) leben diese Inhalte und kommen mit Kunden über gemeinsame Leidenschaften ins Gespräch. Der Anspruch ist hoch: eines Tages mit dem Wein-Image aufzuschließen – eine wahrhaft missionarische Aufgabe.

Weiter auf Expansionskurs

Der Franchisegeber, weiter auf Expansionskurs, leistet ein angepasstes „Start-up“-Paket. Von der Einrichtungsplanung (Innenarchitektur) über die Einrichtung (Inventar über Ladenbauer); technische Software (Kassensystem) bis hin zu Hilfen der Businessplanung und Begleitung bei Bankengesprächen. Franchisegebühr und Einkaufsvorteil scheinen die Bierothek-Filiale zu einer profitablen Investition zu machen.

Das Beratungsportfolio ist auch erweitert vorstellbar und z.T. umgesetzt auf Teillösungen im Getränkefachhandel/-markt und im LEH (category-management). Zunehmend rückt auch die Gastronomie/Vereine in den Fokus.

Einen wichtigen Anteil am Umsatz machen inzwischen die Bierseminare aus und sie sind gut gebucht.

Natürlich interessiert die Kundenstruktur, die ich mit dem Storemanager Sebastian Stengel in Stuttgart erörtern konnte. Die Kundschaft ist gemischt, wobei Ältere sich eher offen auf einen Diskurs einlassen. In Stuttgart gibt es eine Allianz zu den „Kesselbauern“ (Hobby), Nerds und den Tourismuseffekt speziell zu US-Amerikanern. Schlüssel ist immer die Neugier, die Suche nach Neuem z. T. auch Besonderem. Geschenke

DIE BIEROTHEK

DAS BIERSEMINAR

INKLUSIVLEISTUNGEN

- EINFÜHRUNG IN DIE GESCHICHTE DER BIERHERSTELLUNG
- SCHULUNG DER SENSORISCHEN WAHRNEHMUNG
- VERKOSTUNG VON MEHREREN SPEZIALBIEREN
- GRATIS VERKOSTUNGSGLAS UND SEMINARUNTERLAGEN

2STD. FÜR NUR
49 €
PRO PERSON

TEILNEHMERZAHL BEGRENZT. MINDESTTEILNEHMERZAHL ERFORDERLICH. TERMINE UND BUCHUNG UNTER:
WWW.BIEROTHEK.DE/VERANSTALTUNGEN

Die Veranstaltungen



Eine Kundin sucht Rat.



Storemanager Stuttgart: Sebastian Stengel

spielen nach wie vor eine Rolle und die Hobbybrauer suchen nach neuen Sorten zum Nachbrauen.

Aufgrund der Lage in einer Einkaufspassage im Königsbau beschränkt sich der durchschnittliche Einkauf auf maximal sechs Flaschen. Aber es gibt den Hinweis auf die CAST-Brauerei. Ich konnte einzelne Kunden beobachten. Wichtig war eine Beratung: ein Geschenk!

Man sollte es nicht glauben: Eine junge Frau geniert sich, mit einem 6er-Pack Bier durch die Stadt zu laufen – wo bleibt das Selbstbewusstsein? Zumindest in Stuttgart sind die Kunden traditionell und regional deutsch verortet (ca. 50 Prozent). Dazu gehören CAST-Biere und z.B. „Heubacher“ über GFGH Lämmle. Bevorzugt werden kaltgehopfte Lagerbiere mit einer milderen Hopfenbittere.

CAST-Biere: Die Telefon-Vorwahl von Stuttgart gibt den regionalen, ja lokalen Bezug. Insofern hat die CAST-Brauerei in Stuttgart eine doppelte Funktion als einer der Lieferanten eines Hausbieres (0711) und gleichzeitig Franchisenehmer.

Das Sortiment der „Bierothek“ hat in den letzten Jahren einen Wandel vom festen Stammsortiment zu

einem deutlich reduzierten Festsortiment und zu einem variablen Sortiment geführt. Wobei der Online-Shop über mehr als 500 Biere verfügt und die Filialen über mehr als 300 Biere.

Weitere Möglichkeiten

Während die Belieferung der Filialen vom neu erstellten, gekühlten Lager in Bamberg erfolgt, soll CAST (aus CALifornia und STuttgart) als verlängerte Rampe die Distribution in Baden-Württemberg übernehmen. Dieser Weg der Verdichtung eröffnet Expansionsmöglichkeiten im Bereich Filialen, Getränkemarkte (über GFH) und Gastronomie. (<https://bierothek.de/geschaeftskunden>).

Ähnlich wie Spezialagenturen für METRO, REWE mit ihren CraftBier-Regalen usw. kann „Bierothek“ entsprechende Pakete schnüren.

Sehr bewusst wird von dem Begriff „Craftbier“ kaum Gebrauch gemacht – es geht um mehr. Unserem Bier als Kulturgut gilt es den richtigen Stellenwert zu geben – ein allgemeines Anliegen zu einem profitablen Umgang!

Qualitäts-Schankanlagenfittings –
Händlerverzeichnis unter
www.SFZ-ZIEKER.de



EIGENMARKEN UND HAUSBIERE DER BIEROTHEK®

Der Ursprung der Bierothek® ist die Produktion unserer Eigenmarke St. ERHARD®. Neben St. ERHARD® haben wir mit der Zeit auch eine ganze Reihe weiterer Eigenmarken und Hausbiere einzelner Bierothek®-Filialen entwickelt, die wir selbst produzieren.

