

Von Ideen überzeugen

NÜRNBERG. Wie finden Handel und Industrie zu neuen, innovativen Ideen für ihre Kollektionen, Labels oder Zielgruppen? Wie können Mode- und Textildesigner eigene Kompetenzen gezielter anbieten, Handel und Industrie von ihren Ideen bis zur Fertigung überzeugen?

Der Verband Deutscher Mode und Textildesigner (VDMD) und bayern design laden dazu am Montag, 23. Mai 2011, 10.30 bis 18 Uhr, in das „Neue Museum – Staatliches Museum für Kunst und Design“ in Nürnberg ein.

Hier soll der Prozess des Austauschs und Kennenlernens zwischen Bekleidungsdesign, Industrie, Mode-, Label- und Textildesignern unterstützt werden. (wz)

Eichhofener Bier in Berlin

EICHHOFEN. „Eichhofener ist knorke“, meinen immer mehr Szenewirte in Berlin und schenken das Bier der Schlossbrauerei Eichhofen in angesagten Hauptstadt-Bars aus. „Das war ein Zufall“, meint Michel-Andreas Schönharting, Inhaber der Schlossbrauerei Eichhofen.

„Ein Freund von mir ist von Regensburg nach Berlin gezogen und hat angeboten, dort auf Akquise zu gehen“. Mit Erfolg: Das „Helle“ aus Eichhofen ist derzeit bei den hippen Szenetypen in der Hauptstadt angesagt. „Berlin ist ein Schmelztiegel. Dort ziehen Leute aus allen möglichen Gegenden hin.“

Und deshalb ist dort der Biermarkt auch nicht so eingefahren, so Schönharting. Einen Kampf um Marktanteile in der Bundeshauptstadt will der Eichhofener Brauereihaber aber nicht aufnehmen. „Das ist eine nette Ergänzung für uns.“

Und wenn die Nachfrage steigt, können wir das natürlich bedienen. Aber wir bleiben weiterhin regional.“ (aw)

Stilhaus by Max Schierer in Cham

CHAM. Die Kunden kommen zwar auf den gewohnten Pfaden zu Schierer – doch was sie dann am Flugplatzweg in Cham erwartet, sprengt alle Vorstellungen.

Auf 2500 Quadratmetern Ausstellungsfläche bietet das „Stilhaus by Max Schierer“ eine Plattform für Bauherren, Renovierer und Architekten sowie alles, was zu den Bereichen Fenster und Türen, Bad und Wellness, Fliesen, Bodenbeläge und Öfen oder auch Haus und Garten notwendig ist. (wz)

LESEN SIE AUCH

HANDELSREGISTER

Neueinträge, Änderungen, Löschungen – das Handelsregister für Regensburg, Amberg, Schwandorf, Weiden und Neumarkt. **Seite 28 bis 35**

ÖKOLOGISCH BAUEN

Was nachwachsende Rohstoffe leisten können, ist Thema des Fachgesprächs „Ökologisch bauen“ am 8. Juni um 19 Uhr in Straubing. **Seite 36**

TERMINE

Die wichtigsten Messen, Seminare und Kulturtipps – kompakt zusammengefasst auf einer Seite. **Seite 36**



Knallgelbe Bierkästen sind ihr Markenzeichen: Dr. Alois und Stefanie Plöbl liefern sie bis nach München.

Fotos: Fiedler

Rhanerbräu hat Biertradition vergoldet

Stefanie und Alois Plöbl erhalten dank cleverer Marketingideen Auszeichnung des Brauerbundes

VON ANDREA FIEDLER

RHAN. Dr. Alois Plöbl steht vor der Vitrine im Besprechungsraum. Längst hat der Acryl-Quader samt eingegossenem Hopfen hier seinen Platz gefunden, eingereiht zwischen den Bierkrügen vergangener Generationen. Erst vor wenigen Tagen hat die Rhanerbrauerei den Preis für die „Goldene Bieridee“ erhalten – und schon scheint er verstaubt. „Die Auszeichnung ist toll, aber abgehakt“, sagt Brauereichef Dr. Alois Plöbl. Jetzt sei Zeit für Neues.

Es ist diese Innovationskraft, für die der Bayerische Brauerbund gemeinsam mit dem Hotel- und Gaststättenverband jedes Jahr die „Goldene Bieridee“ verleiht. Der Preis wird Brauereien, Gaststätten und Institutionen überreicht, die sich um den Erhalt der Bierkultur bemühen. Dieses Jahr ging er das erste Mal in den Landkreis Cham. Er belohnt eine moderne, originale Bier-Vermarktung – wie sie Stefanie und Dr. Alois Plöbl verkörpern.

Älteste Familienbrauerei Ostbayerns

Am Marketing seiner Brauerei hat das Ehepaar hart gearbeitet. Das 725. Jubiläum, das sie vor drei Jahren feierten, war ein Wendepunkt. Es habe die Wahrnehmung des Betriebs verändert. „Die Historie ist unser Alleinstellungsmerkmal“, erklärt Dr. Plöbl. Er führt die älteste Familienbrauerei Ostbayerns und gehört weltweit zu den fünf ältesten Betrieben, die ohne Unterbrechung Bier brauen. Doch das Traditionsbewusstsein schließt modernes Marketing nicht aus.

Längst haben mittelständische Brauereien neue Kommunikationsmedien entdeckt. Wer in der Branche überleben will, muss im Netz aktiv sein. Die Plöbls wissen das. Seit fast fünfzehn Jahren nutzen sie das Internet, um Rhaner Bier bekannt zu machen. Selbst eine tschechische Website haben sie. Anfang des Jahres kam die Facebook-Seite dazu, bald will Dr. Plöbl regelmäßig twittern und Neuigkeiten als RSS-Feed verbreiten.

306 User haben bei Facebook bereits den „Gefällt mir“-Button von Rhanerbräu gedrückt. In der ersten Woche habe er 42.000 Zugriffe auf dem Profil erfasst, sagt der Unternehmer. Das sei viel für einen Betrieb sei-

ner Größe. Über die Internetdienste informiert die Brauerei über Veranstaltungen und Feste, die Festprogramme gibt es digital zum Herunterladen. Und Stefanie Plöbl, die selbst gerne in der eigenen Küche mit dem Familienbier experimentiert und Cocktails mischt, schickt Rezepte über das Netz. „Wir sind stark in zielgruppenorientierter Werbung“, sagt Dr. Plöbl. Andere Brauereien seien sie damit voraus.

Doch auch in einer vernetzten Welt lechzten die Menschen nach Identität und Einzigartigkeit, hatte Dr. Plöbl bei der Preisverleihung gesagt. „Ohne die Story hinter unserem Bier geht es nicht“, weiß er. Auf dem Markt gehört Rhanerbräu nicht zu den billigen Marken. Von seiner Qualität ist der Braue-

reife aber überzeugt. Manufakturarartig sei die Herstellung seiner 13 Sorten, der Geschmack des Malzes ausgewogen und das Wasser aus der eigenen Felsquelle im Ort. „Ich will den Leuten sagen, warum wir besonders sind“, erklärt er seinen Ansatz.

In den vergangenen Jahren hat die Familie viel Geld in die Technik der Brauanlage investiert. Heute lagert Bier in 96 Tanks, die größten fassen 255 Hektoliter. Und auf dem Gelände in Rhan steht das überdimensionale gelbe Bierkistl, in dem eine moderne Hackschnitzelanlage Energie für den Brauereibetrieb erzeugt. Innovationen hauten heute niemanden vom Hocker, meint Dr. Plöbl selbst. Die Familiengeschichte schon. Um sie nicht nur über

das Internet zu vermarkten, hat die Brauerei ihr Marketing-Konzept erweitert und bietet Erlebnis-Führungen an. „Heinrich, der Preu“, der erste urkundlich erwähnte Brauer, erklärt den Besuchern den historischen Wert des Rhaner Bieres. Gemeinsam mit seiner Frau führt Dr. Plöbl die Brauerei in zwölfter Generation. Nebenamtlich seine Mutter im Büro. Seine beiden Kinder – Maxi und Lilly – haben dem Bockbier der Bauerei ihre Namen geliehen – und könnten den Betrieb eines Tages weiterführen.

Rhanerbräu ist ein Familienunternehmen mit 20 Mitarbeitern. Für mittelständische Brauer werde es immer härter, sagt Dr. Plöbl. In der globalisierten Bierwelt hat er mehrere Übernahmeangebote erhalten. Doch das kommt für den Unternehmer nicht infrage. Dr. Plöbl ist in die Rolle des Brauereibesetzers gewachsen, allmählich hat er sie von den Eltern übernommen. Als Diplom-Kaufmann und „promovierter Brauer“, wie er seinen Studienabschluss in Weihenstephan beschreibt, kennt er die Branche und den stetig schrumpfenden Markt von Hopfen und Malz.

Unser Kerngebiet ist „dunkelgelb“

Laut dem Unternehmer sinkt der Pro-Kopf-Konsum an Bier seit Jahren. Für die Familienbrauerei ist das der Moment für neue Ziele: Alkoholfreie Biere seien zum Beispiel ein Thema, sagt der Brauereichef. Säfte, Aromen und Geschmack kommen aber nicht ins Bier. „Die einzige Mischung bleibt das Radler“, sagt er. Um sich in Zukunft – selbst ohne exotischen Biermix – auf dem Markt zu behaupten, hat das Ehepaar die Vertriebsstruktur der Brauerei ausgebaut. Sie sind auf vielen Festen vertreten, machen sich einen Namen, wo es geht.

„Unser Kerngebiet reicht 50 Kilometer um die Brauerei herum“, sagt Dr. Plöbl. „Es ist dunkelgelb.“ In den Landkreisen Cham und Schwandorf wird Bier aus Rhan getrunken. Straubing, Regensburg und München werden angefahren – zumindest vereinzelt. Und um Rhaner Bier außerhalb der Region bekannt zu machen, gibt es die Sorten im Online-Shop: Bald will die Familie ihre knallgelben Kästen in die ganze Welt verschicken.

SEIT 728 JAHREN: OSTBAYERNS ÄLTESTE FAMILIENBRAUEREI

Zum ersten Mal urkundlich erwähnt wird die Braustätte in Rhan im Jahr 1283. Bierherstellen ist damals noch körperliche Schwerstarbeit. Wasser, Würze und fertiges Bier müssen die Brauer schleppen. Geheizt wird mit Holz und beleuchtet mit Kienspan. Als in Rhan das erste Bier gebraut wird, trinken die Bayern noch viel Wein. Erst allmählich kann sich Bier durchsetzen.

Das Reinheitsgebot erlässt der bayerische Herzog Wilhelm IV. im Jahr 1516. Bier darf seitdem nur aus Gerste, Hopfen und Wasser gebraut werden. Es ist das älteste – noch heute gültige – Lebensmittelgesetz der Welt, auf das sich die Rhanerbrauerei seit dem 16. Jahrhundert stützt.

Jakob Bruckmayer wird im Jahr 1776 Eigentümer der Brauerei in Rhan. Er begründet die Familientradition, die Stefanie und Dr. Alois Plöbl heute weiterführen. Für 4000 Gulden kauft Bruckmayer damals den Erbrechtsbrief und bekommt die Brauerei samt dem dazugehörigen Hof.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts beginnt auch in der Rhaner Brauerei die technische Revolution. Elektrisches Licht, Kraftstrom und installierte Wasserleitungen erleichtern die Bierherstellung. Seit der Einführung der elektrisch betriebenen Kühlmaschinen und Alu-Tanks ist die Zeit der Eiskeller zu Ende. Die Überlegung, die Bierproduktion nach Cham zu verlegen, wird verworfen.

Elektronische Einrichtungen überwa-



Im größten Bierkistl der Welt produziert eine Hackschnitzelanlage Energie.

chen seit Ende des 20. Jahrhunderts die Produktion und sollen eine konstante Qualität garantieren. Heute könnte Dr. Alois Plöbl die Brauanlage digital – von zu Hause aus – steuern. Vom Sudhaus bis zur Abfüllung erledigt die Brauerei alle Arbeitsgänge selbst.

Im 21. Jahrhundert spielt betrieblicher Umweltschutz in Rhan eine wichtige Rolle. Im Jahr 2009 stellt die Brauerei auf regenerative Energien um: In der Biomasse-Heizzentrale, die wie ein großer Bierkasten aussieht, wird Prozesswärme in Form von Hochdruckdampf gewonnen.