

LOVEMARKS ♥ DOPPELLEU

AUF DEN RICHTIGEN TREND GESETZT

Text: Vera Hermes

Richtige Idee, richtiger Ort, richtiger Zeitpunkt: Was die Gründer Philip Bucher und Jörg Schönberg mit ihrer im Jahr 2012 gegründeten Doppelleu Brauwerkstatt AG in Winterthur innert kurzer Zeit auf die Beine gestellt haben, muss ihnen erst mal jemand nachmachen. Sie haben sich mit ihren Produktlinien Chopfab und Doppelleu in Rekordgeschwindigkeit in die Herzen der Schweizer Craft Beer-Liebhaber gebraut.

Okay, die Voraussetzungen waren gut: Jörg Schönberg war vor seinem Leben als Brauereibesitzer Verkaufsleiter von WEKA Business Media, Philip Bucher war Marketingchef von Geberit. Die beiden wissen also genauestens, wie Marketing & Sales funktionieren. Und sie haben mit hoher Wahr-



**Jörg Schönberg
und Philip Bucher:**
Die beiden Marketing-
und Sales-Profis
beflügeln den Craft Beer-
Markt der Schweiz.

«Bier ist aus
Marketingsicht
ein hoch-
interessantes
Produkt»



scheinlichkeit einen 1-a-Businessplan geschrieben, jedenfalls werden sie von gleich zwei Banken unterstützt: Eine finanziert die Anlagen, die andere das Umlaufvermögen. Nun sind die beiden ja keine Brauer, aber trotzdem stand für sie fest: «Wir wollten Bier machen! Bier ist aus Marketingsicht ein hochinteressantes Produkt», so Bucher.

Der Zeitpunkt, den sie für ihren Markteintritt gewählt haben, hätte besser nicht sein können: Craft Beer ist absolut in. Im Detailhandel gibts plötzlich Spezialitätenregale mit Bieren, man begegnet ihnen auf Fine-Food-Messen, in teuren Restaurants wird plötzlich ein Bier als Essensbegleiter empfohlen und wer etwas auf sich hält, offeriert auf einer Party Craft Beer statt einem herkömmlichen Pils.

Laut Bucher ist dieser Trend «keine Frage von Region und Grösse, sondern von Craft Beer und Industriebier.» Es gebe jede Menge kleiner Brauereien in der Schweiz, die sich aber vom Produkt her nicht von den grossen Herstellern abgesetzt hätten, sondern eben auch eine begrenzte Auswahl herkömmlicher Biere brauten. Craft Beer-Brauereien wie Doppelleu setzen hingegen auf eine grosse Vielfalt, verarbeiten zig verschiedene Malzsorten und kreieren innovative Geschmacksstile. Doppelleu bietet bis zu 16 unterschiedliche Biere. Es ist im Detailhandel und der Gastronomie der Deutschschweiz schon gut distribuiert, «in der französischen und italienischen Schweiz kriegt man uns, wenn man uns will», so Bucher.

Jeder Sales- und Marketingprofi weiss: Ist das Produkt nicht super, braucht man erst gar nicht anzufangen; also sind Bucher und Schönberg Qualitätsfanatiker, wenn es um ihre Biere geht. Die Kernwerte ihrer Marken sind auf der Website nachzulesen, dort steht: «Moderne Biere. Höchste Qualität. Innovation. Nachhaltigkeit. Partnerschaft. Swisness. Dafür steht die Doppelleu Brauwerkstatt. Überzeuge dich selbst!»

Mit diesem Wertegerüst ist das Start-up schnell grösser geworden. «Es gibt in Europa nur eine Handvoll Brauereien, die so schnell wachen wie wir», sagt Bucher.

Dafür hat das Gründerduo einiges getan: Zum Beispiel in den ersten drei Jahren über 1000 Degustationen veranstaltet und weit über 100 Messtage absolviert. Sie waren mit ihren Produkten auf Gastronomiemessen und auf Festivals präsent. Neun Aussendienstmitarbeiter besuchen die Gastronomen der Deutschschweiz.

Das Marketing von Doppelleu ist darauf fokussiert, dass die Leute das Produkt ausprobieren. «Wir haben noch keinen Franken in klassische Werbung gesteckt», erzählt Bucher und ergänzt: «Mundpropaganda ist eigentlich das Einzige, was funktioniert, wenn man gründet und kein Geld für Marketing hat.»

Hier untertreibt Bucher, denn ihre Marketingaufgaben haben die beiden sehr wohl gemacht: Der Markenauftritt ist hochprofessionell, der Markenname einprägsam, die Website attraktiv, das Packaging aufmerksamkeitsstark. Das bleibt nicht ohne Resonanz: 2014 erhielt die Brauwerkstatt zwei Red Dot Design Awards für ihren Markenauftritt und für die Gestaltung der Chopfab- und Doppelleu-Flaschen. 2016 gewann das Unternehmen den Swiss Economic Award

2016 in der Kategorie Produktion und Gewerbe.

Vor drei Jahren ist Doppelu mit einer geplanten Jahresproduktion von 5000 Hektolitern gestartet. Schon ein Jahr später stieg die Produktion auf 35000 Hektoliter, im September 2016 nahmen die Brauer eine neue Tankanlage in Betrieb, die Kapazitäten für einen Jahresausstoss von bis zu 100000 Hektolitern ermöglicht.

Philip Bucher bilanziert: «Wir haben genau rechtzeitig auf den Craft Beer-Trend gesetzt und ihn noch beschleunigt. Es gibt viele kleine Brauereien in der Schweiz, die Craft Beers machen können, aber nicht in der Qualität und Masse wie wir.» Noch sei Doppelu in der Schweiz ein Mini-Player, aber das Ziel ist klar: «Wir wollen Nummer eins im Craft Beer in der Schweiz werden, dann wollen wir den deutschen Markt erschliessen und später auch nach Übersee.» ●●●

WAS IST CRAFT BEER?



Der Schweizer Brauerei-Verband schreibt: «Wörtlich übersetzt bedeutet der englische Ausdruck Craft Beer handwerklich (craft) gebranntes Bier (beer). Die Definition ist jedoch zu einfach und umschreibt nur vage, was mit Craft Beer gemeint ist. Die US-amerikanische Brauervereinigung definiert «Craft Beer» als Bier «von einem Brauer, der in kleinen Mengen und unabhängig von Konzernen auf traditionelle Weise braut», was jedoch voraussetzt, dass der Begriff «kleine Mengen» definiert ist. Aber auch hier gibt es Schwierigkeiten, da kleine Brauereien in der Schweiz von der Grösse her nicht mit solchen in den USA verglichen werden können: In den USA wird diese kleine Menge mit einem Ausstoss von umgerechnet 9,54 Millionen Hektolitern angegeben, was mehr als das Doppelte der Menge Bier ist, welche 2014 in der Schweiz insgesamt getrunken wurde. Ebenso können grosse und kleine Brauereien handwerklich Biere produzieren, was die Definition zusätzlich erschwert.

Eine andere Definition des Begriffs kann bezüglich der Idee respektive der Zielgruppe des Bieres gemacht werden. Bei Craft-

Bieren steht die Idee des Brauers für ein Bier am Anfang fest, es wird gebraut und veröffentlicht, unabhängig von der Nachfrage nach diesem speziellen Bier. Verkauft sich das Bier gut, ist dies ein schöner Nebeneffekt.

Im Gegensatz dazu steht die Brauerei, welche ein Bier braut, welches vom Markt gefordert wird. Das Bier soll genau den Geschmack der Mehrheit treffen und erfolgreich im Markt agieren.

Bei beiden Herangehensweisen können die Biere handwerklich gebraut werden, hier wird die Unterscheidung bezüglich des Zieles gemacht. Auf der einen Seite steht der Geschmack des Braumeisters und auf der anderen Seite der Geschmack der Biertrinker.

In der Schweiz werden jährlich viele neue (Mikro-)Brauereien gegründet – und die Szene floriert. Die Biervielfalt wächst, da die grosse Zahl von Brauereien für ständig frische interessante Biere sorgt.»

Quelle: Schweizer Brauerei-Verband, www.bier.ch