

## Instrumente zur Differenzierung

Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Einzelteile – davon konnten sich auch die Teilnehmer des 3. EBC Hop Symposiums, das von 12. bis 14. September in Wolnzach stattfand, überzeugen. Denn wie vielfach schon erwähnt, sind es nicht nur die Alpha-Säuren, die den Hopfen für den Brauer so interessant machen. Vielmehr habe man gerade durch die Verwendung der unterschiedlichsten Hopfensorten ein hervorragendes Instrument, um sich mit seinen Produkten von anderen Bieren abzusetzen, betonte EBC-Präsident *Christian von der Heide* in seiner Begrüßungsansprache auf dem EBC-Symposium

(S. 1165).

**DIFFERENZIERUNG** – In der Praxis entwickelt sich das „sich Absetzen von Anderen“ auch schon mal aus einer Bierlaune heraus – so geschehen bei Münchens zweitgrößter Privatbrauerei, dem „Bierlaboratorium – Giesinger Biermanufaktur & Spezialitätenbraugesellschaft mbH“. 2005 saßen *Steffen Marx* und *Tobias Weber* in einem Münchener Biergarten zusammen. Schnell entwickelte sich die Idee, eine kleine Spezialitätenbrauerei zu gründen. Überzeugt von ihrem Vorhaben gingen die beiden Münchener unbeirrt ihren Weg. Seitdem bereichert das Bierlaboratorium den dortigen Markt mit Bieren ganz eigener Art – und zu einem ganz eigenen Preis. Denn

rund zwanzig Euro pro Kasten sind nicht gerade ein Schnäppchen. Der Kunde sei aber durchaus bereit, einen höheren Obolus für einen Kasten Bier zu entrichten, wenn ihm das Produkt gefällt, versichert Marx (S. 1179).

**VERMARKTUNGSSTRATEGIEN** – Mit der wachsenden Anzahl an Angeboten wächst der Anspruch der Kunden. Um sie auf das eigene Produkt aufmerksam zu machen und sie dafür zu begeistern, bedarf es am Point of Sale (POS) mittlerweile mehr, als nur der Weiterentwicklung von Zweitplatzierungen und des Einsatzes von Wobblern. Das POS-Marketing gewinnt immer mehr an Bedeutung. Worauf es dabei ankommt, verrät *Marco Nikolay*, Geschäftsführer Die Gefährten GmbH. In zehn Punkten erläutert er Möglichkeiten, mit denen das POS-Marketing zum Erfolg wird. Lesen Sie ab

Seite 1182, wie Sie Ihren Abverkauf positiv beeinflussen können.

**IN EIGENER SACHE...** – Wer Komfort mag, wird ihn lieben: Seit heute ist der neue Bookshop des Fachverlages Hans Carl online!

Unter [www.carllibri.com](http://www.carllibri.com) finden Sie nun ein weitaus umfangreicheres Angebot an Büchern als bisher. Ob Fachbücher, Wissenswertes zu Bier und Getränken oder Frankenliteratur. Mit ein paar Klicks ist jede Lektüre schnell und einfach zu bestellen. Neben den bekannten hauseigenen Publikationen können Sie natürlich auch Fachliteratur anderer Verlage bequem über unseren Bookshop beziehen (S. 1191). Also, schnell reinklicken!


