

Bier von Frauen für Frauen

Der 7. Bier-Quer-Denker-Workshop zum Thema „Wege zu innovativen Bieren“ am 2. April 2014 war mit knapp 150 Teilnehmern ausgebaut. Zu Beginn des diesjährigen Workshops, der unter dem Motto „Hopfenvariationen – Neue Chancen für die Biervielfalt“ stand, wurde mit „Holla die Bierfee“ ein erfolgreiches Konzept aus dem „Bierwunderland Oberfranken“ vorgestellt. Hinter dieser Idee stehen vier Braumeisterinnen aus drei Brauereien: *Gisela und Monika Meinel-Hansen*, Meinel-Brauerei, Hof, *Yvonne Wernlein*, Brauerei Haberstumpf, Trebgast, und *Isabella Straub*, Brauerei Drei Kronen,

Memmelsdorf, z. Z. Brauerei Schützengarten, St. Gallen/CH. Die vier jungen Damen haben sich die Aufgaben nach den vier Rohstoffen fürs Bierbrauen aufgeteilt: Straub fungiert als Malzfee, Wernlein als Wasserfee, Gisela Meinel-Hansen als Hopfenfee und Monika Meinel-Hansen als Hefefee.

Alles entstand 2012 aus einer „Bieridee“ und der Leidenschaft fürs Bierbrauen. Man wollte auch das verstaubte und vorurteilsgeprägte Bierimage bei Frauen verbessern. Aufgrund der großen Nachfrage wurden und werden weitere Biere gebraut. Die Absatzentwicklung ist erstaunlich. Bis 2014 konnte die Absatzmenge verfünffacht werden. Bisher wurden drei „Bierfeekreationen“ auf den Markt gebracht, die Vierte wurde jetzt in Nürnberg kredenzt und kommt demnächst auf den Markt. Überwältigt waren die vier Damen nicht nur vom Absatzerfolg, sondern auch von der tollen Resonanz in der regionalen und nationalen Presse sowie von der Ernennung zu Sonderbotschafterinnen von „Bierland Oberfranken“, der Region mit der größten Brauereidichte weltweit.

Gemeinsame Rezeptentwicklung

Die Rezeptentwicklung erfolgt gemeinsam, auch das Einbrauen in einer der drei Brauereien. Die Betreuung der Charge obliegt dann der Braumeisterin vor Ort. Abgefüllt werden die Spezialitäten in 0,33-l- und 0,75-l-Exklusiv-Flaschen mit Naturkorken und Agraffe. Das Bier wird in einem Booklet beschrieben. Eine Brauerei übernimmt alle Kosten und beliefert die anderen zum Selbstkostenpreis. Seit Januar 2013 sind auch die Namensrechte patentamtlich gesichert. Vertrieben werden die Biere über die Brauereien direkt (knapp 60%), über die Gastronomie (rund 5%), den Spezialitätenhandel, Onlineshops (über 35%) und den regionalen Getränkefachgroßhandel, der sich aber mit derartigen Produkten noch etwas schwer tut.

Der präsentierte „Bierfee Sommernachtstraum“ ist ein Starkbier mit einem Stammwürzegahl von 16 Prozent und

einem Alkoholgehalt von 6,5 Vol.-Prozent, eingebraut mit fünf verschiedenen Spezialmalzen und einer Heißhopfung mit Hopfen aus der Hallertau und aus Spalt sowie einer Kalthopfung mit Pellets während der Lagerung u. a. mit Spalter Cascade und Mandarina Bavaria, vergoren mit Ale- und Champagnerhefe.

Beschrieben wird diese Kreation als „ein echter Ladykiller mit betörendem Duft nach Mandarinen, Ananas und Bitterorangen und einem Hauch Caramel und Bittersüße (Bitterorange) im Körper“. Das Bier passt als Aperitivo oder als „Sun

Downer“, aber auch zu Hühnchen, Fisch und fruchtigem Sorbet. Dem hatte auch Biersommelier *Harald Schieder* nichts mehr hinzuzufügen.

In Zukunft wollen die Bierfeen die Vertriebskanäle ausbauen, ebenso die Bierfee Editionen, sich verstärkt auf den Zielmarkt „Frau“ fokussieren und insgesamt die Herstellung kaltgehopfter Biere weiter etablieren, wobei sie hier noch erheblichen Forschungsbedarf sehen. Weitere Erkenntnisse über die Kalthopfung in ihrer vielseitigen Technologie brachte der 7. Workshop, über den die BRAUWELT noch berichten wird. uh



Die Bierfeen im Kreise der anderen Workshop-Teilnehmer