

Profilierung durch Bildung

Spezialisten im Getränkfachhandel am Beispiel Bier

Bier als Genussmittel hat in der medialen Öffentlichkeit in den letzten Jahren wieder einen enormen Aufschwung genommen. Der bewusste Genuss von Bier und der Anspruch an besondere Biere sind beim Verbraucher gefragt. Aber aufgrund der großen Vielfalt in Deutschland ist Bier ein erklärungsbedürftiges Produkt. Vor allem im Getränkfachhandel mit seinen gut sortierten Getränkfachmärkten ist es entscheidend, die Vielfalt und die Wertigkeit der Biere im Dialog mit dem Kunden erfolgreich zu vermitteln. Die Doemens Akademie bietet deshalb maßgeschneiderte Ausbildungen für den Getränkfachhandel, wie Dr. Michael Zepf, Geschäftsbereichsleiter der Doemens Genussakademie, schildert. (eis)

GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL: Herr Dr. Zepf, Bier ist erklärungsbedürftig, vor allem im wichtigen Absatzkanal Getränkfachmarkt.

Dr. Michael Zepf: Richtig. Um den Wünschen und Fragen der Kunden gerecht zu werden und um den Kunden optimal zu bedienen, bedarf es eines gut ausgebildeten Fachpersonals. Die Doemens Akademie bietet aus diesem Grund den Kunden der Brau- und Getränkebranche maßgeschneiderte Schulungen für ihr Personal an.

GFGH: Bevor wir auf die Schulungsinhalte näher eingehen, drehen wir die Zeitspirale in der Braulandschaft, vor allem im Getränkfachmarkt, um 35 Jahre zurück.

Dr. Zepf: Zu diesem Zeitpunkt entstanden immer mehr Getränkemärkte.

Gleichzeitig gaben viele Brauereien ihren Heimdienst und Direktvertrieb aufgrund von Kostenoptimierungen auf. In den 1980er-Jahren vollzog sich dann ein Großteil des Wandels des Bierverkaufs: Weg von den Brauereien, hin zu Getränkfachmärkten.

GFGH: Die Auswahl in den damaligen Getränkfachmärkten war ja im Vergleich zu heute doch eher überschaubar?

Dr. Zepf: Stimmt. Der Kunde kaufte überwiegend markentreu, dachte daher wenig über Biervielfalt nach und erwartete auch wenig Beratung. Die Situation hat sich aber vollständig gewandelt: Der klassische Getränkfachmarkt existiert nicht mehr. In den letzten zehn Jahren fand eine Neuorientierung Richtung Getränkfachmarkt mit sehr großen Sortimenten statt.

GFGH: Diese Entwicklung hat ihre Gründe?

Dr. Zepf: Bier wird in den letzten Jahren vom Verbraucher bewusst positiv wahrgenommen. Der Genuss von Bier und der Anspruch an besondere Biere werden deshalb immer stärker nachgefragt. Die Bierlandschaft mit der dargebotenen Biervielfalt ist enorm gewachsen und somit natürlich auch im Getränkfachmarkt. Es ist beim Verbraucher eine steigende Tendenz zum Heimkonsum zu verzeichnen. Deshalb verfügt der Getränkfachhandel mittlerweile über ein breit aufgestelltes Sortiment an nationalen und internationalen Bieren.

GFGH: Die Konsequenz?

Dr. Zepf: Dies hat zur Folge, dass Kunden zwischen einem reichhaltigen Angebot schwer differenzieren können



Erfolgreiche zweite Auflage in der Maisel's Biererlebniswelt in Bayreuth (v.l.): Dr. Michael Zepf, Doemens, Jeff Maisel, Geschäftsführer Brauerei Maisel, und Alexander Berger, Vorstand GES eG



Mit 30 Teilnehmern war die Ausbildung zum Fachhandels-Bier-Experten in der Maisel's Biererlebniswelt in Bayreuth ausgebucht.

und daher auf Beratung durch bestens geschultes und qualifiziertes Personal angewiesen sind. Weiterhin sind aufgrund der Craft-Bier-Bewegung der Wissensstand und die Erwartungshaltung vieler Kunden an eine kompetente Beratung deutlich gestiegen.

„Kunden können zwischen einem reichhaltigen Angebot schwer differenzieren und sind daher auf Beratung durch bestens geschultes und qualifiziertes Personal angewiesen.“

GFGH: Aber ist dies auch der Fall?

Dr. Zepf: Nein, oft sind Werbespots die einzigen Entscheidungshilfen und es ist nicht immer qualifiziertes Personal anzutreffen.

GFGH: Aber die meisten Getränkefachmärkte haben schon erkannt, ...

Dr. Zepf: ...dass die Zeiten, in denen lediglich der „Kassierer“ im Markt steht, vorbei sind. Der Kunde erwartet heute ein kompetentes Verkaufspersonal, das über das Sortiment Bescheid weiß und beratend beim Einkauf zur Seite steht. Denn genau dadurch hebt sich ein Getränkefachmarkt gegenüber anderen Einkaufsstätten ab.

GFGH: Service ist also heute ein maßgeblicher Erfolgsfaktor?

Dr. Zepf: Nicht nur Freundlichkeit und Aufmerksamkeit zählen, auch reichhaltiges (und sensorisches) Wissen über das Kulturgut Bier machen eine(n) gute(n) Fachverkäufer/in aus. Dazu zählen auch Kenntnis über die große Auswahl an Bierspezialitäten und beispielsweise deren vielfältige Kombi-



Kooperation der Doemens Akademie und der GES eG

nationsmöglichkeiten mit Speisen. Die Vermittlung dieses Genusspotenzials ist nur durch eine perfekte Beratung möglich.

GFGH: Das Thema Genuss wird also künftig eine immer größere Rolle im Leben der Konsumenten spielen.

Dr. Zepf: Richtig. Deshalb wird auch immer mehr Nachfrage nach speziellen Bieren entstehen und dafür ist ein qualifiziertes Personal notwendig. Durch fundierte Kenntnisse des Personals in Bezug auf die Genusswelt des Bieres im Fachhandel entsteht eine wesentlich bessere Kundenbindung. Dieses Potenzial gilt es im Fachhandel zu nutzen. Gerade der Fachhandel ist ein wichtiger Multiplikator in puncto Wertigkeitssteigerung von Bier. Er besitzt die Möglichkeit, dem interessierten Verbraucher Bier in seiner Vielfalt und seinem Genusspotenzial näherzubringen.

„Vor 35 Jahren kaufte der Kunde überwiegend markentreu, dachte daher wenig über Biervielfalt nach und erwartete auch wenig Beratung. Die Situation hat sich aber vollständig gewandelt.“

GFGH: Die Doemens Akademie hat deshalb zusammen mit der GES eG eine fachspezifische Ausbildung zum „Fachhandels-Bier-Experten“ konzipiert.

Dr. Zepf: Die GES eG ist ein Treiber der Branche und besitzt auch das Engagement und das Durchsetzungsvermögen, Bier im Fachhandel zunehmend „salonfähig“ zu machen. Die GES eG hat ein riesiges Kundenpotenzial, dem sie die Ausbildung näherbringen kann und will und Doemens hat die Expertise und die praktische Erfahrung sowie die besten Referenten, um die notwendigen, aktuellen Themen in der Ausbildung allumfassend abzudecken.

GFGH: Den Teilnehmern des Zweitagesseminars wird ein aktueller und fundierter Kenntnisstand vermittelt, damit sie die Vielfalt und die Wertigkeit der Biere im Dialog mit ihren Kunden erfolgreich weitergeben können.



Enormes Wissen und Begeisterungsfähigkeit: Dr. Michael Zepf, Leiter der Doemens Genussakademie

Dr. Zepf: Ganz genau. Die Qualifikation soll auch die Leidenschaft wecken, Bierspezialitäten nachhaltig, strukturiert und emotional zu verkaufen. Den Teilnehmern werden durch die Schulung wertvolle Werkzeuge an die Hand gegeben, damit sie die komplette Profitmöglichkeit von Bier im Handel optimal nutzen können.

GFGH: Weitere Zielsetzungen?

Dr. Zepf: Eine weitere Zielsetzung ist es, den Teilnehmern einen umfassenden Einblick, neue Ideen und wertvolle Impulse für die aktive Vermarktung von Bier zu geben. In der Praxis verhilft die Qualifikation zum einen zu einer eigenständigen Position als ausgewiesene Getränkeexperten, zum anderen liefert sie Ansatzpunkte zur Verbesserung der Marge. Die Teilnehmer sollen die notwendige Fach- und Methodenkompetenz erhalten, wertvolle Impulse bekommen und neue Ideen für die aktive Vermarktung der Warengruppe Bier erfahren.

„Gerade der Fachhandel ist ein wichtiger Multiplikator in puncto Wertigkeitssteigerung von Bier.“

GFGH: Die Ausbildung zum Fachhandels-Bier-Experten wird mehrmals im Jahr an verschiedenen Standorten durchgeführt. Die Inhalte werden von Veranstaltung zu Veranstaltung variiert und den Rückmeldungen aus den Evaluierungen angepasst.

Rahmenbedingungen für die Ausbildung zum Fachhandels-Bier-Experten

- Dauer: 2 Tage
- Veranstaltungsort: wechselnd
- Informationen/Anmeldung: über zepf@doemens.org
- Kosten: 890 Euro pro Teilnehmer
- Als offenes Seminar und als Inhouse-Schulung buchbar

Dr. Zepf: Premiere der Ausbildung war im letzten Jahr in der Riegele Brauwelt in Augsburg, im November fand die zweite Auflage in der Maisel's Biererlebniswelt in Bayreuth statt. Beide Locations boten ein perfektes Ambiente für die Veranstaltung. Hier wird Bier gelebt und beide Geschäftsführer, Sebastian Priller-Riegele und Jeff Maisel, stehen zu 100 Prozent hinter der Ausbildung und brachten sich auch aktiv mit ein. Beide Veranstaltungen waren mit 24 bzw. 30 Personen ausgebucht.

GFGH: Sie treten als Hauptreferent auf und bringen mit Ihrem enormen Wissen und mit Ihrer Begeisterungsfähigkeit die Grundlagen des Bierbrauens und der sensorischen Biervielfalt transparent näher. Gehen Sie doch bitte auf die Themenschwerpunkte ein.

Dr. Zepf: Neben Grundkenntnissen über den deutschen Biermarkt, einer brautechnischen und sensorischen Einführung zum Produkt vor allem für den

Getränkefachhandel wichtige Schwerpunkte wie

- Positionierung von Bier im Fachhandel
- Richtige Produktplatzierung des Bieres im Getränkemarkt
- Hinführung auf ein Beratungs- und Verkaufsgespräch.

GFGH: Externe Referenten runden dann die Inhalte um weitere praktische Gesichtspunkte ab und geben wertvolle Tipps.

Dr. Zepf: Richtig. So referierte bei beiden Veranstaltungen Albrecht Siebrichhaus, Siebrichhausen's Weltbiere, über seine Erfahrungen der erfolgreichen Positionierung von Bier im Fachhandel, Borislav Ilic, Geschäftsführer des Tap Houses in München, referierte bei Riegele über den gastronomischen Fachhandel, in Bayreuth kamen noch Klaus Artmann, connection one (Kommunikation im Fachhandel), Michael König



Sensorik: Regelmäßige Verkostungsreihen lockerten die Theorie immer wieder auf.

(„Beer-Captain“ im Liebesbier) und Dirk Schönzart, Neue Bierkultur (Craft Beer als Erlebnis in der Gastronomie) zu Wort und sorgten für ein buntes Potpourri interessanter Themen, die auf den Getränkehandel zugeschnitten waren.

GFGH: Aus dem Rahmenprogramm konnten die Teilnehmer auch noch wertvolle Erkenntnisse mitnehmen?

Dr. Zepf: Ja, sei es aus Erlebnisführungen der Brauereien oder am Seminarabend, als sie zu einer Reise durch die Welt der Biere mit Verkostung unterschiedlichster Bierspezialitäten mitgenommen wurden.

GFGH: In welcher Form wird die Ausbildung angeboten?

Dr. Zepf: Die Ausbildung wird regelmäßig als offenes Seminar an unterschiedlichen Orten angeboten, sie ist aber auch als Inhouse-Seminar buchbar und damit standortunabhängig. Es besteht die Möglichkeit, die Themen individuell an die Zielgruppe anzupassen.

„Der Kunde erwartet heute ein kompetentes Verkaufspersonal, das über das Sortiment Bescheid weiß und beratend beim Einkauf zur Seite steht.“

GFGH: Ihr Fazit nach zwei erfolgreichen Ausbildungen?

Dr. Zepf: Bei der spezifischen Schulung von Mitarbeitern des Getränkemarktes gilt es vor allem, die Begeisterung für Bier und dessen Vermarktung zu wecken. Die Teilnehmer gehen mit praxisnahen Werkzeugen zurück in den eigenen Betrieb, mit denen sie die komplette Profitmöglichkeit von Bier im Handel und in der Gastronomie identifizieren und ausschöpfen können. Die vielseitigen Erfolgsbausteine und Vermarktungswerkzeuge stärken in der Praxis die eigenständige Position als ausgewiesener Getränkeexperte. Diese Qualifikation unterstützt bei der Differenzierungsstrategie, womit bestehende Kunden an den Getränkemarkt gebunden werden können sowie die Zielgruppe erweitert werden kann.

GFGH: Herr Dr. Zepf, wir bedanken uns für dieses Gespräch. □



Riechen, Verkosten, das Finden von Fehlparfums und auch die Geruchs- und Geschmacksvielfalt zu Papier bringen – das zweiteilige Seminar zeigte sich vielfältig.