HOPSTEINER SETZT AUF NEUE IDEEN

Hopsteiner Banks on New Ideas

Anfang September fand in München die um ein Jahr verschobene Messe *drinktec* statt. Nach langer Coronapause trafen sich dort endlich wieder Aussteller und Besucher aus aller Welt. Als sonst treuer Aussteller hat sich die Firma Hopsteiner in diesem Jahr bewusst gegen eine Teilnahme entschieden und geht neue Wege.

Die Ankündigung, nicht auf der *drinktec* auszustellen, hat durchaus überrascht. Geschäftsführer Joachim Gehde verrät die Gründe für diese Entscheidung:
„Aufgrund der Natur unseres Geschäftes stehen wir stets in engem Kontakt zu unseren Kunden. Außerdem waren zum Zeitpunkt, zu dem die Buchung erfolgen musste, die Rahmenbedingungen für eine Durchführung in Coronazeiten nicht vorhersehbar. Auch ein weiterer Grund liegt klar auf der Hand: Für uns in der Hopfenbranche ist der Termin Mitte September denkbar ungünstig, da genau dann die Ernte auf Hochtouren läuft. Außerdem wissen wir dann noch nichts Genaues über die Qualität der Hopfen – was bei den Kunden aber die erste Frage ist. Grundsätzlich sind wir der Meinung, dass es ganzjährig unsere Aufgabe ist, unsere Kunden über Markt, Produktneuheiten oder neue Sorten zu informieren. Dabei streben wir generell wieder Besuche bei unseren Kunden vor Ort an, wobei wir auch das digitale Format des Kundendialogs aufrechterhalten wollen."

The drinktec trade show, which was postponed by one year, was held in Munich at the beginning of September. Exhibitors and visitors from all over the world finally met there again after a long break due to corona. As an otherwise loyal exhibitor, the Hopsteiner company deliberately decided not to participate this year and is breaking new ground.

The announcement that we would not be exhibiting at drinktec came as quite a surprise. Managing Director Joachim Gehde explains the reasons for this decision:
"Due to the nature of our business, we are always in close contact with our customers. In addition, at the time when the booking had to be made, the conditions for implementation in corona times were not predictable. There is also another obvious reason: For us in the hop industry, the mid-September date is incredibly inconvenient, as that is precisely when the harvest is in full swing. In addition, at that time we do not know anything for sure about the quality of the hops – but that is the first thing customers want to know. Basically, we believe that it is our job all year round to inform our customers about the market, new products and new varieties. In doing so, we generally aim to return to on-site visits to our customers, while also maintaining the digital format of customer dialog."

New England IPA: Collaboration Brew der Firmen Hopsteiner mit Hoppebräu
New England IPA: Collaboration brew between Hopsteiner and Hoppebräu

Auf die Frage hin, ob die Kunden Hopsteiner auf der Messe nicht vermisst hätten, meinte Gehde:
„Wir haben natürlich vorab mit unseren Kunden gesprochen. Haben gefragt, was deren Erwartung an uns ist und wie sie unsere Entscheidung sehen. Das Ergebnis hat unsere Einschätzung dahingehend übertroffen, dass viele Verständnis gezeigt und uns zu dem mutigen Schritt gratuliert haben. Die Coronapandemie hat uns gezeigt, dass wir neue Konzepte für die Kommunikation mit den Kunden finden müssen. Und diese Zeit haben wir genutzt, um nach Alternativen zu suchen."

Optimale Nutzung der Versuchsbrauerei

„Wir stellen seit Jahren fest, dass die ganz Großen der Branche ihre Hopfengeschäfte nicht mehr auf Messen tätigen. Und auch beim Mittelstand steht vor allem die Kontaktpflege bei einer Messe im Mittelpunkt. Das ist ohne Frage wichtig. Wir gehen jetzt aber einen anderen Weg, mit dem wir den Kontakt mit den Kunden intensivieren möchten. Fakt ist: Neue Hopfensorten oder Hopfenprodukte müssen im Bier überzeugen. Aus diesem Grunde haben wir 2018 eine 5-hl-Versuchsbrauerei von BrauKon hier auf dem Betriebsgelände in Mainburg installiert, mit der unser Braumeister Mathis Geserer die Versuche durchführt.

Das Einbrauen von Versuchssorten in der Entwicklungsphase in unserer eigenen Brauerei ist ein wesentlicher Baustein für die Forschung an neuen klimatisch angepassten und resistenten Hopfensorten, die in den kommenden Dekaden das bestehende Portfolio ablösen

When asked if customers had missed Hopsteiner at the show, Gehde said:
"We spoke with our customers in advance, of course. We did ask what they expect from us and how they see our decision. Their response exceeded our expectations in that many people showed understanding and congratulated us on the courageous step we had taken. The corona pandemic has shown us that we need to find new concepts for communicating with customers. And we used that time to look for alternatives."

Optimum Use of the Pilot Brewery

"For years we have noticed that the very big players in the industry no longer do their hop business at trade shows. And for SMEs, too, the main focus at a trade show is on cultivating contacts. There is no question that this is important. However, we are now taking a different approach with which we want to intensify contact with customers. The fact is that new hop varieties or hop products must make a convincing impression in beer. For this reason, in 2018 we installed a 5-hl pilot brewery from BrauKon here on the premises in Mainburg, with which our brewmaster Mathis Geserer carries out the trials.

Brewing trial varieties in the development phase in our own brewery is an essential building block for research into new climate-adapted and resistant hop varieties, which will have to replace the existing portfolio in the coming decades in order to achieve more stable harvest results in Germany again. This is of existential importance for both the brewing industry and hop growers. The harvest years of 2015, 2017, 2018 and now the 2022 harvest strikingly demonstrate the challenges we and, above all, the brewing industry are facing. We are convinced that with our trial beers we will be able to persuade brewers even better and more forcefully that it is absolutely necessary to move rapidly from the hop varieties they are using now to new, adapted varieties.
To this end, we are also always happy to carry out trials for customers.

It is still unclear whether we will go to trade shows again in the future. It's quite possible that we will. In any case, we will always follow the wishes of our customers. In doing so, we will also consider the potential

Hopfen überzeugt am besten im Bier! Aus diesem Grund wurde 2018 eine 5-hl-Versuchsbrauerei auf dem Betriebsgelände in Mainburg installiert.

Hops are most convincing in beer! For this reason, a 5-hl pilot brewery was installed on the premises in Mainburg in 2018.

müssen, um in Deutschland wieder zu stabileren Ernteergebnissen zu kommen. Das ist sowohl für die Brauwirtschaft als auch für die Hopfenpflanzer von existenzieller Bedeutung. Die Erntejahre 2015, 2017, 2018 und nun Ernte 2022 zeigen eindrucksvoll, mit welchen Herausforderungen wir und vor allem die Brauwirtschaft konfrontiert sind. Wir sind davon überzeugt, mit unseren Versuchsbieren die Brauer noch besser und eindringlicher zu überzeugen, dass eine rasche Diversifikation ihrer eingesetzten Hopfensorten in neue, angepasste Sorten unbedingt erforderlich ist.
Hierfür sind wir auch gerne immer bereit, Versuche für Kunden durchzuführen.
Ob wir zukünftig wieder auf Messen gehen, ist noch unklar. Gut möglich, dass wir wieder dabei sind. Wir werden uns auf jeden Fall von den Wünschen unserer Kunden leiten lassen. Dabei werden wir auch die möglichen Ersparnisse berücksichtigen und erwägen in diesem Zusammenhang auch die Einrichtung eines Hopsteiner Grants, den wir zur Unterstützung der Forschung und Lehre an den entsprechenden Brauerei-Lehreinrichtungen nutzen möchten."

Ein neuer Taproom

Um den Kunden Brauergebnisse stilvoll präsentieren zu können, hat Hopsteiner rund 400.000,- Euro in ein neues Gebäude investiert, das unmittelbar an die Versuchsbrauerei anschließt. Neben einem Bemusterungsraum ist dort auch ein großer Taproom für die Bierpräsentation entstanden. So können die Kunden den Einfluss einzelner Hopfensorten oder -produkte auf das Endprodukt Bier in ansprechender Umgebung und unter besten Voraussetzungen anschaulich erfahren.
Der Taproom wurde am 24. August 2022 mit etwa 100 Gästen eingeweiht. Konkreter Anlass hierzu war die Vorstellung eines Collab-Brew mit Markus Hoppe von Hoppebräu und Hopsteiner.

Es wurden noch weitere Ideen umgesetzt

Die Coronapandemie hat dem Thema Webinare oder allgemein Video-Konferenzen einen gewaltigen Schub verliehen. Die Zahl der Auslandsreisen, die für Hopsteiner früher ganz selbstverständlich zur Kundenbetreuung dazugehört haben, wurden deutlich reduziert und dafür in eine professionelle technische Ausstattung für Webinare etc. investiert. Derzeit arbeitet das Hopsteiner Team an einer neuen Webinar-Reihe für den Winter 22/23 und hofft erneut auf rege Teilnahme aus der Branche.

Außerdem läuft aktuell die Entwicklung eines Kundenportals, in dem die Kunden alle Kontraktinformationen, Rechnungen, Analysen, Bestände und vieles mehr einsehen und verwalten können. Dieses Customer-Portal soll ab dem vierten Quartal 2022 zur Verfügung stehen.

savings and, in this context, we are also considering the establishment of a Hopsteiner Grant, which we would like to use to support research and teaching at appropriate brewery teaching institutions."

A New Taproom

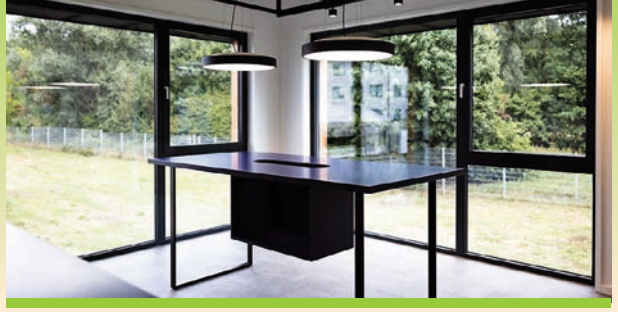
In order to be able to present brewing results to customers in style, Hopsteiner has invested around 400,000 euros in a new building immediately adjacent to the pilot brewery. A large taproom for beer presentations has been created in addition to a sampling room. This allows customers to experience the influence of individual hop varieties or products on the end product beer in an attractive environment and under the best possible conditions.
The taproom was inaugurated on August 24, 2022 with about 100 guests. This was an occasion to present a collaboration brew brewed by Markus Hoppe of Hoppebräu and Hopsteiner.

Other Ideas Were Also Implemented

The corona pandemic has given a huge boost to webinars and video conferencing in general. The number of trips abroad, which used to be a natural part of customer service for Hopsteiner, has been significantly reduced and investments have been made instead in professional technical equipment for webinars, etc. Right now, the Hopsteiner team is working on a new webinar series for Winter 22/23 and is once again hoping for lively participation from the industry.

In addition, a customer portal is currently being developed in which customers can view and manage all contract information, invoices, analyses, inventories and much more. This customer portal is scheduled to be available as of the fourth quarter of 2022.

Autor: Simon H. Steiner, Hopfen, GmbH
Fotos: www.martinholzner.com



Neuer Raum zur Hopfenbemusterung

A new space for hop sampling

Impressionen vom neuen Taproom mit Platz zum Verkosten und Bonitieren

Impressions of the new taproom with space for tasting and assessing