



Logo

signalisiert feinsten Genuss

**Edelweißbrauerei Farny
bekennt sich zu Tettninger Hopfen**

**Logo Signalizes Pure Enjoyment
Edelweiß Brewery Farny
Affirms Tettngang Hops**

Farny-Geschäftsführer Elmar Bentele, Hopfenverbands-Geschäftsführer Jürgen Weishaupt und Farny-Braumeister Alexander Neugebauer (v.l.n.r.) stoßen auf die neuen Etiketten und die gute Zusammenarbeit mit den Pflanzern an.

Farny Managing Director Elmar Bentele, Managing Director of the Hop Growers Association Jürgen Weishaupt and Farny brewmaster Alexander Neugebauer (from left to right) raise their glasses to the new labels and successful cooperation with the growers.

Dass der Tettninger Aromahopfen bei den Brauern einen sehr guten Ruf hat, erschließt sich dem Gros der Kunden erst beim Blick aufs Kleingedruckte des Flaschenetiketts. Das Logo „Tettninger Hopfen – feinsten Biergenuss“ schafft Abhilfe – und die Edelweißbrauerei Farny aus Dürren bei Kißlegg ist dabei Vorreiter in Oberschwaben.

Dass jetzt auch das EU-weite Markenzeichen der Tettninger auf die Flaschen kommt, hängt mit der Neugestaltung der Etiketten zusammen. Rund ein halbes Jahr haben Bentele und eine Wangener Werbeagentur über dem neuen Signet gebrütet. Offizieller „Roll-out“ war beim Brauereifest vom 15. bis 18. Juni 2012. Rund 100 000 Hektoliter Bier, umgerechnet eine Million Kisten oder 20 Millionen 0,5-Liter-Flaschen, verlassen jährlich das Sudhaus im Hofgut Dürren zwischen Wangen und Kißlegg.

Die „geschützte geografische Angabe“ für den Tettninger Hopfen ist unter dem Namen „Tettngang hops inside“ auch in den USA ein Begriff. Die Boston Beer Company – Markenname Samuel Adams – hat Anfang 2012 sogar ein ausschließlich mit Tettninger Aromahopfen gebrautes Bier, das „Alpine Spring“, auf den Markt gebracht.

The fact that Tettngang aroma hops are very popular with brewers is usually discovered by most customers only when they read the small print on the bottle labels. The "Tettninger Hopfen – feinsten Biergenuss" logo helps here, pioneered by the Edelweiß Brewery Farny from Dürren bei Kißlegg in Upper Swabia.

That the EU-wide Tettngang brand name is on the bottles is due to the new design of the labels. About half a year ago, Bentele and a Wangen advertising agency pondered over a new logo. The official roll out was at the brewery festival from June 15 to 18, 2012. Every year, about 100,000 hectoliters of beer – one million crates or 20 million 0.5 liter bottles – leave the brewhouse in Dürren, between Wangen and Kißlegg.

The protected geographical indication for the Tettngang hops is also known in the USA as "Tettngang Hops Inside". At the beginning of 2012, the Boston Beer Company – whose brand name is Samuel Adams – even launched a beer on the market brewed exclusively with Tettngang aroma hops and called "Alpine Spring".

Autor und Foto: Gerd Ahrendt

QR CODE FOR TETTANANG

Hopfen im Quadrat / Hops in a square

Tettninger Pflanzerverband informiert jetzt auch per QR-Code

Tettngang Growers Association now also Provides Information by QR Code



Tettngang QR Code for Germany



Tettngang QR Code for abroad

Neben Internet (www.tettngang-hopfen.de) und Facebook (<http://facebook.com.tettngang-hopfen.de>) bietet der Hopfenpflanzerverband Tettngang jetzt auch schnelle Informationen für unterwegs an. Eine quadratische Matrix aus schwarzen und weißen Punkten – kurz QR-Code genannt – macht's möglich. Die entsprechende Software auf dem Smartphone vorausgesetzt, kann jeder Nutzer die codierten Daten „entschlüsseln“. Den Auftakt machen die Tettninger Pflanzler mit ihrem „Hopfenfilm“, weitere Informationen sind bereits geplant. Der zehnminütige Streifen bringt den Biergenießern aus nah und fern das grüne Gold aus dem Anbaugbiet zwischen Allgäu und Bodensee anschaulich nahe und zeigt die Qualitäten des weltweit einzigartigen Rohstoffs auf – frei nach dem Motto: „Wir haben Hopfen für Ihr Bier.“ Wer kein Smartphone hat, kann den Tettninger Hopfenfilm – wie bisher – über die Internetseite www.tettngang-hopfen.de abspielen.

The Tettngang Hop Growers Association now also provides mobile instant information as well as in the internet (www.tettngang-hopfen.de) and on Facebook (<http://facebook.com.tettngang-hopfen.de>). A square matrix of black and white dots – known as QR Code – makes it possible. With the relevant software installed, any smartphone can decode the encoded data. The Tettngang growers start off with their "hop film", further information is already planned. The ten minute film gives beer lovers from near and far a close up of the green gold from the growing region between the Allgäu district and Lake Constance and shows the qualities of the raw material that is unique in the world under the general title of "We have the hops for your beer". If you don't have a smartphone, you can watch the Tettngang hop film as before on the website at www.tettngang-hopfen.de.

Autor: Gerd Ahrendt