



MONTAG, 24. JULI 2017



Menü

Lokales



Starnberg



Höhenrain



Starnberger Brauhaus: Der weißblaue Renner



Mass-volles Wachstum: Benedikt Hutter, Florian Schuh, Patrick Seeger und Sven Leindl (v.l.) stoßen auf den unerwarteten Erfolg an. © Foto: Andrea Jaksch

STARNBERGER BRAUHAUS

Der weißblaue Renner



von Sebastian Tauchnitz ▼

Der Erfolg des neuen „Starnberger Brauhaus“ überrascht selbst die Verantwortlichen: Das Fünf-Jahres-Ziel ist nach drei Monaten erreicht. Dennoch knallen in Höhenrain nicht die (Kron-)Korken. Es gibt viel zu viel zu tun, um die Nachfrage zu befriedigen.

Solche Probleme wünscht sich wohl jeder Gewerbetreibende: 4000 Liter Bier werden pro Brautag in Höhenrain beim „Starnberger Brauhaus“ hergestellt. Doch Vertriebsdirektor Patrick Seeger könnte ein Vielfaches der Menge verkaufen.

„Wir haben bereits Anfragen aus Berlin und Hamburg. Die wollen aber nicht ein, zwei Fässer, sondern ein, zwei Lastzüge voller Starnberger Hell“, berichtet er. Vollkommen illusorisch. Auch wenn sich die Bundeshauptstadt notorisch als Nabel der Welt betrachtet, wird sie auf absehbare Zeit ohne den Gerstensaft aus Höhenrain leben müssen.

„Wir sind permanent ausverkauft“, sagt Seeger. Und man sieht ihm an, dass ihn das stolz macht. Jahrzehntlang war es Firmenchef Florian Schuh ein Dorn im Auge, dass es kein Starnberger Bier gibt. Dennoch war es ein großes Wagnis, sich mit einem „normalen“ Hell und einem süffigen Kellerbier („Spezial“) auf den Markt zu wagen.

Süffiges Helles statt viel Schnickschnack als Erfolgsrezept

„Nahezu alle neuen Biere in Bayern sind derzeit sogenannte Craftbiere – mit Himbeeraroma oder Schokogeschmack“, erklärt er. Da habe man sich aber bewusst dagegen entschieden. „Wenn man so ein Craftbier kostet, dann schmeckt das auf den ersten und zweiten Schluck interessant. Und dann stellt man es weg“, meint er.

Das Ziel des Starnberger Brauhauses sei ein anderes gewesen: „Wir wollten ein süffiges Bier, bei dem man nach der ersten Halben sagt: Da würde ich noch eine nehmen“, berichtet er. Ein Ansatz, der offenbar einen Nerv der Kundschaft trifft. Zurück zur Tradition, zur Region, zum Handwerk. Ergebnis: Die Brauerei ist bei Produktion und Vertrieb da angekommen, wo sie eigentlich in fünf Jahren sein wollte.

Und muss sich nun die Frage stellen, wie schnell man wachsen kann. Ohne zu überhitzen, um weiter so agil zu agieren wie bisher. Denn schnell sind sie, die Höhenrainer mit dem „Starnberg“ im Namen. Kaum war die Internetendung .bayern freigeschaltet, sicherten sie sich die Adresse www.brauerei.bayern. Den Verantwortlichen vieler bayerischer Großbrauereien blieb nur das Frustbier, weil die Starnberger einfach schneller waren.

Zwei weitere Sorten in der Warteschleife

Das wollen sie sich auch bewahren. Und so müssen das „Starnberger Weißbier“ und der „Seenator“, die bereits die Blindverkostungen erfolgreich absolviert haben, vorerst in der Warteschleife ihre Runden drehen. Es macht schlichtweg keinen Sinn, neue Produkte auf den Markt zu werfen, wenn man den Bedarf an den bisherigen noch nicht einmal befriedigen kann. Maßvoll wird derzeit Personal aufgestockt – ein Azubi ist mittlerweile an Bord, Werkstudenten absolvieren Praktika. Aber die Kernmannschaft ist immer noch acht Mann stark.

Zudem steht man vor Problemen, mit denen der normale Biertrinker gar nicht rechnet. Jeder einzelne der 40 000 Bierträger mit dem Logo des Starnberger Brauhauses kostet 5,60 Euro im Einkauf. Das Pfand, das die Kunden entrichten, liegt aber nur bei 3,60 Euro – inklusive Flaschenpfand. Da schwirrt also eine ganze Menge Firmenkäpse gerade in Kellern und Garagen herum. Und natürlich freut man sich über das Foto, das ein Student aus Wien an die Brauerei schickte. Ein Bett aus Starnberger Bierträgern hat sich der trinkfeste angehende Akademiker gebaut. „Aber wenn das jeder machen würde“, seufzt Vertriebschef Seeger. Und erzählt, dass 10 000 weitere Käpse bereits bestellt sind.

Dann doch lieber seine Verbundenheit zur Marke mit einem Artikel aus dem Fanshop – ja, auch den gibt es schon – beweisen. Der Renner ist hier der Gürtel mit dem Logo der Brauerei auf der Gürtelschnalle.

Starnberg baggert schon

Doch ist – maßvolles – Wachstum am Standort in Höhenrain überhaupt möglich? Die Brauerei ist schick und neu – und klein. „Darüber zu reden ist noch viel zu früh“, sagt Patrick Seeger. Deutlich deutlicher wird da Starnbergs Bürgermeisterin Eva John. Gerade ist sie mit der Patenkompanie in Höhenrain zu Gast (seite 3), hat die erste Brauereiführung, die überhaupt im Brauhaus veranstaltet wurde, hinter sich und nippt an einem Hellen. Es scheint zu munden, denn: „Unser Ziel muss sein, dass wir das Starnberger Brauhaus auch wirklich nach Starnberg holen“, meint sie. Und setzt hinzu: „Starnberger Hell aus Höhenrain, das geht ja gar net.“ Bis dahin bleibt ihr allerdings ein schwacher Trost: „Gottseidank haben wir seit Produktionsbeginn gescheite Gastgeschenke.“ Ein paar der teuren Träger stehen bereits im Südtirol.