

craftBee: Bier trifft auf Honig von Kasseler Stadtbienen – Hütt half Gründern weiter

# Von der Vision zum Geschäftserfolg

Hopfen, Malz, Hefe und der Honig von fleißigen Kasseler Stadtbienen in Harmonie – mehr als sechs Monate hat es gedauert, bis die perfekte Komposition gefunden war. Herausgekommen ist ein Honigbier, das sich gerade zum Verkaufsschlager entwickelt.

Man solle es am besten aus einem Degustations- oder einem Rotweinglas genießen, empfiehlt Sascha Nicolai. Es sei etwas ganz Besonderes. Sehr aromatisch, fein abgestimmt und gut geeignet für wahre Genießer. Der Braumeister und Biersommelier der Hütt Brauerei in Baunatal spricht von craftBee, einer neuen, regionalen Brauspezialität. Nach der Startauflage von 1000 handnummerierten Flaschen wurde kürzlich schon die zweite Charge in den Handel gebracht.

Am Anfang stand eine Vision. Eine vielversprechende Idee. Michael Busse und Michael Hertweck von der Arbeitsgemeinschaft Kasseler Stadtbienen wollten die alte Tradition, Bier etwas Honig hinzuzufügen, neu beleben. Im Vordergrund stand aber keineswegs die desinifizierende Wirkung des Honigs, sondern weitaus mehr. „Es sollte ein Bier kreiern werden, in dem man die Vielfalt der Pflanzen in den Parks und Gärten der Stadt förmlich schmecken kann“, erzählt Yvonne Prekop, Geschäftsführerin der kreatyv Marketing & Events GmbH in Kaufungen. Sie zählt zu den Menschen, die craftBee bekannt und erfolgreich gemacht haben.

Zuerst hatten Busse und Hertweck ihre Idee Hütt-Braumeister Sascha Nicolai vorgestellt. Dieser war begeistert und willens, sich zu engagieren, sein Know-how einzubringen. „Das Produkt ist toll, macht einfach großen Spaß. Zudem ist es für uns als traditionelle Brauerei interessant zu zeigen, was ein Bier noch so alles kann“, begründet Nicolai das Engagement von Hütt. Zuerst riet der Braumeister allerdings dazu, das Ganze professionell anzugehen. „So kamen sie zu uns und wir leiteten alles in die Wege, das Bier erfolgreich am Markt zu platzieren“, sagt Yvonne Prekop. Finanzielle Mittel gab es nicht. Da die Idee die Werbefachfrau jedoch vollends überzeugte, wurde sie trotz eines sehr geringfügigen Honorars aktiv. Es folgte das volle Programm: Sie und ihr Team unterstützten die beiden Existenzgründer unter anderem in der Namensfindung, sie entwi-



... „Der Markt der sogenannten Craft-Biere wird ja immer größer. Grund ist, dass die Menschen bewusster genießen als je zuvor.“

Sascha Nicolai,  
Hütt Brauerei

... ..

ckelten Logo und Etikett, sammelten Ideen um das Produkt herum, vereinbarten Termine und punktierten mit dem Thema Storytelling bei der Presse. Zudem unterstützten sie die beiden Michaels beim Vertrieb, seit Kurzem gilt dies auch für den Eventbereich.

Die ersten tausend Flaschen, die kurz vor Weihnachten in den Handel kamen, waren innerhalb von knapp zwei Wochen ausverkauft. „Wir waren völlig

überrannt von diesem Erfolg“, sagt Yvonne Prekop. „Wir haben uns so gefreut, da wir alle voll dahinterstehen, mit dem Herzen und mit viel Leidenschaft.“ Nachdem das Projekt derart gut angelaufen war, entlohnten die Bierbrauer Prekop und ihr Team angemessen und zurrten eine langfristige Partnerschaft fest.

Mit dem Brauen eines eigenen, außergewöhnlichen Bieres liegen die beiden Existenzgründer nach Aussage von Braumeister Sascha Nicolai genau richtig. „Der Markt der sogenannten Craft-Biere wird ja immer größer. Grund ist, dass die Menschen bewusster genießen als je zuvor und auch empfänglicher sind für Sorten, die mehr sind als ein Durstlöcher.“ Zudem habe Craft Brewing auch etwas mit der Liebe zum Bier und zu seinen Rohstoffen zu tun.

Aber kann craftBee auch einem passionierten Biertrinker schmecken, der eher das herbe und unverfälschte Aroma des Gerstensaftes schätzt? „Auf jeden Fall“, sagt Nicolai. „craftBee ist nicht süß, es schmeckt nur ganz dezent nach Honig. Der Biergeschmack steht also ganz klar im Vordergrund.“ Sicher ist: craftBee ist etwas Besonderes. Reine Handarbeit. Der Honig wird eingeehrt, es wird in der Brauerei abgefüllt, etikettiert und mit Wachsstreifen aus den eigenen Bienenständen versiegelt. Jede Flasche – ein kleines Schmuckstück. Auch die aktuelle Auflage wird wieder einschlagen, ist Sascha Nicolai überzeugt.



Sascha Nicolai  
(Foto: privat)

Esther Beller ■



Sie haben craftBee erfolgreich bekannt gemacht: (v.l.) Nina Heyber, Darleen Baum, Yvonne Prekop (Geschäftsführerin der kreatyv Marketing & Events GmbH) und Britta Sell (Fotos: Beller)