

Deutsche Meisterschaft der Biersommeliers

Ohne Sponsoren nicht denkbar

Die Durchführung einer Meisterschaft ist ohne tatkräftige Unterstützung nicht umsetzbar – dies gilt auch für die Deutsche und die Weltmeisterschaft der Biersommeliers. Die fünfte Deutsche Meisterschaft findet im Doemens-Neubau an der Lohenstraße in Gräfelfing statt. Die Veranstaltung wird dabei von einem Sponsorenkreis unterstützt, der sich für Bierkultur und Biervielfalt ein-setzt. Im Interview erklären die Verantwortlichen der Firmen BarthHaas, Siemens und Rastal die Hintergründe für ihr Engagement.

Herr Barth, Hopfen und Biersommelier, eine optimale Kombination für besten Trinkgenuss?

Stephan J. Barth: Hopfen allein reicht nicht, um ein gutes Bier zu brauen, allerdings geht es ohne Hopfen auch nicht. Für den besten Trinkgenuss braucht es viele Faktoren, ein gutes Bier, gebraut aus besten Rohstoffen, die richtige Umgebung, die richtigen Menschen – und wenn es dann noch eine qualifizierte Empfehlung durch einen Biersommelier oder eine Biersommeliere gibt, was will man dann mehr?



Stephan Barth, Geschäftsführender Gesellschafter BarthHaas

Herr Schneiderwind, warum engagiert sich Siemens für ein Sponsoring zur Deutschen Meisterschaft der Biersommeliers 2021?

Kai Schneiderwind: Einen Biersommelier zeichnen insbesondere bei der Präsentation eines Bieres viele Fähigkeiten aus: Sie müssen in kürzester Zeit auf neue Anforderungen zur Zufriedenheit des Kunden reagieren. Einem vergleichbaren Anspruch stellt sich Siemens jeden Tag, in der Brauindustrie schon seit mehr als einem Jahrhundert. Siemens unterstützt daher gerne diesen Wettbewerb und wünscht allen Teilnehmern den größtmöglichen Erfolg.

Herr Sahn-Rastal, „Glas und Bier“ ist doch eine optimale Voraussetzung für ein Sponsoring der Deutschen Meisterschaft der Biersommeliers?

Raymond Sahn-Rastal: Bier und Rastal sind eine untrennbare Einheit. Unsere Gläser spiegeln die Werte und Traditionen von kleinen Regionalbrauereien bis hin zu internationalen Weltkonzernen wider. Wir entwickeln, gestalten und produzieren Trinkglas-Designs, die eine eigenständige Marken-Positionierung schaffen. Markante Markenpersönlichkeit und authentischer Genuss spielen heute mehr denn je eine Rolle. Insbesondere die Form eines Trinkglases wirkt sich auf Geschmack, Geruch, Aussehen und Mundgefühl aus. Um das passende Design für ein Exklusivglas zu gestalten, das den individuellen Charakter eines Getränkes in seiner bevorzugten Ausprägung erlebbar macht, arbeiten wir seit jeher eng mit Sensorik Experten und renommierten Sommeliers zusammen.



Raymond Sahn-Rastal, Geschäftsführender Gesellschafter Rastal

Was verbinden Sie mit Bierkultur, Biervielfalt und Bieremotion?

Barth: Alles. BarthHaas steht mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und mit seinen Produkten weltweit für die Förderung von Bierkultur, Biervielfalt und Bieremotion. Ein altes afrikanisches Sprichwort sagt „Es braucht ein ganzes Dorf, um ein Kind zu erziehen.“ Übertragen auf uns, heißt das, es braucht jeden Einzelnen in einem Unternehmen, gleich ob Brauerei, Gastronomie oder Hopfendienstleister, um ein gutes Bier herstellen und dem Kunden schmackhaft machen zu können. Und da schließt sich auch der Bogen zu den Biersommeliers. Sie haben es geschafft, dass Bier wieder stärker mit Emotion und Genuss verbunden wird.

Sahn-Rastal: Vor allem die Leidenschaft und der Genuss. Speziell bei Bier ist die sensorische Auswirkung einer Trinkglasform auf das Geschmacksprofil signifikant. Je nach Form des Glases kann ein und dasselbe Getränk ein sehr unterschiedliches sensorisches Profil aufweisen. Mit unseren sensorisch optimal abgestimmten Glasformen lassen sich daher bei Bieren auch feinste Nuancen detektieren.

Schneiderwind: Bier als ein Kulturgut mit einer mehrere Jahrtausende reichenden Historie hat schon immer Menschen verbunden. In seiner Vielfalt, die vor allem zuletzt eine Verbreiterung erfahren hat, zeigt sich eindrucksvoll wie unterschiedliche Kundenerwartungen immer aufs Neue erfüllt werden können. Die Expertise der Brauer

gepaart mit ihrer Passion sind dabei entscheidend für ihren Erfolg. Bewährtes fortschreiben und mit Innovationskraft und Leidenschaft weiterentwickeln – dies gilt für die Brauergilde wie auch für Siemens. Als globaler Partner stellen wir seit weit über einem Jahrhundert ein sich stetig weiterentwickelndes Portfolio zur Verfügung, um diese Biervielfalt effizient und in höchster Qualität produzieren zu können



Kai Schneiderwind, Senior Director Food & Beverage Siemens

BarthHaas unterstützt seit Langem die Meisterschaften der Biersommeliers. Schildern Sie rückblickend die Erfahrungen des Sponsorings bzw. welche Ausstrahlung haben die Meisterschaften auf BarthHaas und das Image des Unternehmens?

Barth: BarthHaas ist seit Beginn der Meisterschaften der Sommeliers als Sponsor dabei. Wir haben dieses Engagement nie bereut, ganz im Gegenteil. Zum einen haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst viel gelernt, denn sehr viele haben mittlerweile die Ausbildung zum Biersommelier erfolgreich absolviert. Zum anderen glauben wir, dass wir in den Biersommeliers auch gute Multiplikatoren für unsere Überzeugung, dass Hopfen mehr ist als nur ein Rohstoff für die Bittere des Bieres ist, gewinnen konnten. Damit haben wir das Idealziel des Sponsorings erreicht: beide Seiten profitieren.

Dies trifft auch für Siemens zu?

Schneiderwind: Als langjähriger Partner von Doemens ist es für Siemens wichtig, diese Veranstaltungen unterstützen zu dürfen. Außerdem sehen wir es als wichtigen Teil unseres Engagements in der Brauindustrie an, bei der Bewahrung und innovativen Fortschreibung dieser einzigartig gewachsenen Kultur einen Beitrag zu leisten. Ein Treffen der Besten ihres Faches, welche die Mannigfaltigkeit der Produkte in einer Meisterschaft präsentieren, ist dabei eine herausragende Möglichkeit unsere Verbindung mit den Brauern zu bestärken.

Herr Sahn-Rastal, was erhoffen Sie sich von der Sponsoringmaßnahme?

Sahn-Rastal: Veranstaltungen wie die Deutsche Meisterschaft der Biersommeliers in Zeiten von Corona zu organisieren, ist sicherlich eine besondere Herausforderung. Dieses Engagement unterstützen wir!