

# Die Euro in drei Größen

## Mahrs Bräu aus Bamberg füllt ihre Produkte in die drei Euro-Flaschen von Systempack

*In der deutschen Brauwirtschaft ist seit einigen Jahren ein Trend zu kleineren Flaschengrößen deutlich zu erkennen. Viele Verbraucher greifen lieber auf ein Gebinde mit weniger Inhalt zurück. Die Brauwirtschaft wehrt sich jedoch nicht dagegen. Flaschenhersteller entwickeln neue Flaschengrößen und -formen, Brauereien füllen ihre Produkte in diese ab. Um Brauereien die Möglichkeit zu geben, ihr Bier in ein Gebinde mit traditioneller Formgebung abzufüllen, präsentierte das Unternehmen Systempack 2013 die 330-ml-Giesinger-Euro. Seit Kurzem ist auch die Variante mit einem Fassungsvermögen von 250 ml erhältlich. Als erste Brauerei nutzt Mahrs Bräu aus Bamberg alle drei Größen der Giesinger Euro. Im Gespräch mit der BRAUINDUSTRIE erläutern Michael Schlegel, Inhaber Systempack, und Stephan Michel, Geschäftsführer Mahrs Bräu, die Entwicklung der Flasche, die Herausforderungen, aber auch die Möglichkeiten bei der Verwendung der kleineren Euro-Flaschen.*

**BRAUINDUSTRIE:** Herr Schlegel, die Euro-Familie ist komplett. Neben der 500-ml-Euro-Flasche existiert seit 2013 die 330-ml-Euro und seit Kurzem die 250-ml-Euro. Welche Beweggründe gab es, das Portfolio zu erweitern?

**Michael Schlegel:** Die 500-ml-Euro hat in den letzten Jahren eine Renaissance erlebt und wird immer häufiger

„neu“ aufgelegt. Die Gründe hier sind mannigfaltig und zumeist emotional. Eine Rückbesinnung auf alte Werte, ein Erstarren der regionalen Brauereien gegenüber den Massenmarken und die Zunahme des „Hellen“ spielen da eine Rolle.

Es gibt aber kein kleineres Pendant zur 500-ml-Euro, welches aber in Bezug auf die Verbrauchergewohn-

heiten notwendig ist. Zumeist wird die 330-ml-Vichy genommen, ab und zu die Longneck. Aber das passt einfach nicht zusammen. Und das war die Geburtsstunde der kleineren Euroflaschen. Jetzt gibt es eine in sich stimmige Flaschenfamilie, welche sich deutlich vom Wettbewerb absetzt und vom Verbraucher gut angenommen wird.

**BI:** Die 330-ml-Euro wurde als Auftragsarbeit für die Giesinger Braumanufaktur in München durchgeführt. Welche Vorgaben wurden gemacht und wie verlief die Entwicklung?

**Schlegel:** Die Vorgabe hörte sich zunächst einfach an: Mach uns die Euro in 330 ml. Schnell mussten wir aber erkennen, dass eine zu einfache Herangehensweise nicht zielführend war. Die Verkleinerung auf den logischen Durchmesser von 61 mm war optisch nicht zufriedenstellend, auch wenn sie technisch einfach umzusetzen gewesen wäre.

Es zeigte sich, dass die Optik und Haptik, also wie die Flasche in der Hand liegt, zwei ganz wesentliche Kriterien wurden. Über insgesamt zehn Zeichnungen und verschiedenen Modelle kamen wir dann auf die jetzige Form, welche sowohl durch ihre eigenständige Optik als auch die gute Haptik besticht.

**BI:** Wie wird die 330-ml-Euro von den Brauereien angenommen?



Von groß bis klein: die Giesinger Euro in 500, 330 und 250 ml

**Schlegel:** War es zunächst eine Auftragsarbeit für die Giesinger Biermanufaktur, hat diese die Vermarktung an Dritte aber sofort freigegeben.

So folgte der erste „Drittkunde“ bereits bei Vorstellung auf der drinktec 2013. Da es technisch – wie angedeutet – kein Selbstläufer ist, brauchte es etwas Vorbereitungszeit für weitere Kunden, aber mittlerweile gibt es zwei Lohnabfüller, welche sich auf diese Flasche eingestellt haben und entsprechend viele Kleinstkunden, aber auch schon mehrere namhafte Brauereien, welche die 330-ml-Giesinger-Euro lokal und überregional anbieten. Derzeit sind auch wieder ein paar Brauereien in der Prüfung und wir hoffen natürlich, dass diese positiv ausfällt.

Man trifft diese Flasche im Export seit diesem Jahr in vielen Teilen der Welt und auch am Flughafen in München, was natürlich eine schöne Werbung für das Bierland Bayern ist.

Wir sind also sehr zufrieden mit der Entwicklung dieser Spezialflasche.

” 250 ml ist in vielen Ländern eine Standardgröße und auch in Deutschland immer gefragter. Es war also ein logischer Schritt und auch meine persönliche Wette auf die Entwicklung des Marktes.“

Michael Schlegel

**BI:** Wenn mehrere Brauereien bereits Interesse an diesen kleineren Flaschen bekundet haben, sehen Sie die Möglichkeit, dass ein Flaschen-Pool wie bei den bekannten Flaschengrößen aufgebaut werden kann oder sich gar von selbst entwickelt?

**Schlegel:** Ein Pool kann nur schwer angeordnet werden, aber ich weiß, dass sich regionale Brauverbände wieder einen Pool und eine Verbandsflasche wünschen. Eine immer weitere Verbreitung der 330-ml-Giesinger-Euro kann da natürlich dann automatisch zu diesem Pool führen. Sie findet ja immer mehr Anhänger in den Brauereien.

Wir überlegen auch eine zweite Produktionsstätte dafür zu nutzen, dann ist auch die Belieferung in großen Mengen gesichert.

**BI:** Kurz zur technischen Seite: Gibt es bei der Abfüllung Probleme mit Fremdleergut und welche Anpassungen müssen in der Abfülllinie vorgenommen werden?

**Schlegel:** Die Einführung der 330-ml-Giesinger-Euro ist kein Selbstläufer. Durch den ungewöhnlichen Durchmesser von 63 mm, muss die Abfülllinie sowohl in Bezug auf Durchmesser (Schnecken, Sterne, Umrüstung der Bänder) als auch Höhe (Füllrohre, Verschleißhöhe, Etikettierung) angepasst werden.

Da es aber einen genau passenden 20 x 330-ml-Kasten gibt (für einen 24er-Kasten eignet sich das Maß nicht), hat man keine Probleme mit fremdem Leergut. In den 20er-Kasten passt keine andere 330-ml-Flasche – weder in Höhe, noch im Durchmesser – was natürlich technisch sehr vorteilhaft und auch kaufmännisch attraktiv ist, durch den Verkauf eines 20 x 330-ml-Gebindes.

Umgekehrt geht die 330-ml-Euro nicht in einen anderen 330-ml-Kasten, sodass es da auch kein zusätzliches Durcheinander gibt.

**BI:** Nach der 0,33-Liter-Euro kam die 0,25-Liter-Euro. Was hat Sie dazu bewogen, diesen Flaschentyp zu entwickeln?

**Schlegel:** Bei der Einweihung der neuen Giesinger Braustätte wurde ich schon auf eine 250-ml-Euro-Flasche angesprochen und nachdem ich gesehen habe, welchen Erfolg meine 250-ml-Longneck-Mehrweg, die einzige echte Mehrwegflasche in 250 ml auf dem deutschen Markt, in der Radeberger Gruppe hat,

entschloss ich mich, die 250-ml-Euro auf den Markt zu bringen. Somit habe ich eine weitere Alternative in diesem immer wichtiger werdenden Segment.

250 ml ist in vielen Ländern eine Standardgröße und wird auch in Deutschland immer gefragter. Es war also ein logischer Schritt und auch meine persönliche Wette auf die Entwicklung des Marktes.

” Diese Größe ist auch wunderbar geeignet für Spezialbiere, die durchaus einen höheren Alkoholgehalt haben können und als Apéritif serviert werden.“

Stephan Michel

**BI:** Spielte nicht auch der Trend zu kleineren Gebinden und der Genussgedanke eine Rolle?

**Schlegel:** Auf jeden Fall. Die Konsumgewohnheiten der jüngeren Generation ändern sich. Man trinkt lieber ein paar kleine Gebinde als ein großes und hat immer ein frisches, gutes Bier. Speziell in Abendlokalen ist das ein ganz wichtiger Punkt.

Ferner wird die kleine Größe auch komplexer werdenden Bieren gerecht, bei welchen es manchmal nicht dienlich ist, diese in größeren Flaschen anzubieten.

**BI:** Als erste Brauerei hat Mahrs Bräu aus Bamberg die 250-ml-Euro eingeführt. Herr Michel, wie kamen Sie auf die Idee, Ihre Biere in diese Flasche abzufüllen?

**Stephan Michel:** Na ja, ich habe ja viele Ideen, aber 2011 kam mir eigentlich eine meiner besten, die ich dann auch zeitnah umsetzte. Inspiriert wurde ich durch die Brauerei Füchschen in Düsseldorf. Da entstand die Idee für eine 250-ml-Flasche für Mahrs Bräu. Ich fand das schon immer super, dass man Altbier in 250-ml-Biergläsern eingeschenkt bekommt. Vor allem in den Sommermonaten macht das so richtig Spaß ein „kurzes“ Bier zu trinken, da es immer schön temperiert und so mundgerecht ist. Diese Größe ist auch wunderbar geeignet für Spezialbiere, die durchaus einen höheren Alkoholgehalt haben können und als Apéritif serviert werden.

**BI:** Die Regionalität ist in Ihrer Unternehmensphilosophie fest verankert. War das auch der Grund, warum Sie Systempack als Partner gewählt haben?

**Michel:** Absolut. Uns war es wichtig, den Heimatgedanken weiter zu spinnen. Deshalb haben wir uns gezielt Systempack als Partner ausgesucht. Herr Schlegel ist ein sehr offener und aufgeschlossener Geschäftspartner,



*Michael Schlegel, Inhaber Systempack, entwickelte zuerst die 330-ml-Giesinger-Euro und danach die Variante mit 250 ml.*

der auch immer alles versucht hat, mir bei der Umsetzung meiner Idee weiterzuhelfen. Ich hatte das erste Mal Kontakt mit Herrn Schlegel 2013 auf der drinktec und war auch gleich von seinen Produkten überzeugt. Was mich sofort an dieser 250-ml-Euro – welche es zu diesem Zeitpunkt nur als Zeichnung gab – und der 330-ml-Euro fasziniert hat, war, endlich eine Flaschenlinie gefunden zu haben, mit der ich meine Produkte traditionell präsentieren kann. Dass unsere Idee Zukunft hat, hat uns der Wettbewerb unmittelbar bestätigt: Eine Brauerei im Raum Nürnberg hat unsere Kiste mit

der damaligen 0,25-Liter-Longneckflasche übernommen und eins ihrer Biere ebenfalls so vermarktet.

**BI:** Wie empfinden Sie die Zusammenarbeit, Herr Schlegel?

**Schlegel:** Von meiner Seite habe ich Herrn Michel und die Mahrs Bräu als aufgeschlossenen und flexiblen Partner kennengelernt. Herr Michel kommuniziert genau seine Wünsche, was es uns einfach macht, entsprechend zu planen oder potenzielle Schwierigkeiten zu kommunizieren. Das half uns enorm bei der 250-ml-Version, welche dann etwas länger brauchte als ursprünglich geplant.

**BI:** Wie werden die drei Flaschengrößen von den Konsumenten angenommen?

**Schlegel:** Von unserer Seite sehen wir, dass die 330-ml-Giesinger-Euro sehr gut angenommen wird. Die Brauereien kommunizieren den steigenden Bedarf. Bei der 250-ml-Euro ist alles noch sehr neu. Da können wir noch kein Urteil abgeben, wissen aber, dass unsere 250-ml-Longneck immer besser funktioniert. Wir hoffen natürlich, dass sich das auch mit der 250-ml-Euro zeigt.

**BI:** Wie sieht es mit dem Gewicht der Flaschen aus? Einerseits für die Abfüllung, andererseits für das Gefühl in der Hand?

**Schlegel:** Sowohl die 330-ml- als auch die 250-ml-Euro-Version sind nicht als Leichtglasflaschen ausgeführt, sondern bewusst relativ schwer gehalten. Das hilft zum einen bei der Robustheit und Langlebigkeit der Flaschen in der Tradition der 500-ml-Euro, zum anderen hat der Konsument trotz weniger Inhalt durchaus noch „etwas in der Hand“.

„ Es zeigte sich, dass die Optik und Haptik, also wie die Flasche in der Hand liegt, zwei ganz wesentliche Kriterien wurden.“

Michael Schlegel

**BI:** Was kommt nach der 250-ml-Euro-Flasche? Eine noch kleinere vielleicht?

**Schlegel:** Wenn der Markt es verlangt, stehen wir bereit. Größen unter 200 ml sind in verschiedenen Ländern schon normal. Ich denke aber, dass das in Deutschland noch etwas dauern wird.

**BI:** Meine Herren, vielen Dank für das Gespräch. (bm) □



*Stephan Michel, Geschäftsführer Mahrs Bräu, entschied sich als Erster dazu, seine Biere auch in die neue 250-ml-Euro von Systempack abzufüllen.*