

Ein neuer Name hellt die Bierwelt in Luxemburg auf

FOX BEER

Marc Schonckert trifft zwei Jungunternehmer, die mit ihrem Bier aufhorchen lassen.



Catherine Hoffmann, 28, und Pierre Beck, 24, heißen die beiden Gründer, Managing Partner und Marketing Manager von Fox Premium Pils. Das ist ein Bier, das sich in vielerlei Hinsichten von gängigen Biersorten unterscheidet. Wir unterhielten uns mit dem sympathischen Paar, das eine Idee über ein Forschungsprojekt zur Produktionsreife brachte und nunmehr mit dem Bier „Fox Premium Pils“ auf dem Luxemburger Markt ist.

Tageblatt: Ist Bier wieder im Aufwind?

Catherine Hoffmann/Pierre Beck: Wir stellen fest, dass immer mehr kleinere Brauereien und Biere auf den Markt drängen, im Ausland und hier in Luxemburg. Es sind neue Biersorten, Spezialbiere, die sich hier hervortun.

Wie erklären Sie sich dieses Phänomen?

C.H./P.B.: Die Leute möchten mal etwas anderes probieren, etwas Neues, sie verlangen nach Abwechslung und Sortenvielfalt.

Einfach ist es sicherlich nicht, auf dem Markt Fuß zu fassen?

C.H./P.B.: Wenn Sie einen Markt nehmen, der von großen Brauereien dominiert wird, kann man sich die Schwere unseres Projekts vorstellen. Da zeigen uns die Großen schon mal die Grenzen auf, beispielsweise eine Großbrauerei, die unser Bier in den Kneipen, die bei ihnen unter Vertrag stehen, nicht sehen will. Daran müssen sich die Wirte halten, dennoch gibt es noch einige „Unabhängige“, die sich nichts vorschreiben lassen müssen und demnach Fox-Bier verkaufen. Die wissen, was die Kunden wünschen und handeln dementsprechend. Wenn die Nachfrage nach einem Produkt da ist, wird sich dieses Produkt auch durchsetzen.

Wie läuft der Verkauf über den Getränkehandel oder die Supermärkte?

C.H./P.B.: Der läuft gut. Wir stellen fest, dass die Supermärkte sich für uns öffnen, diese Leute haben herausgefunden, dass der Kunde Abwechslung und neue Sorten probieren will, und entsprechend reagiert. Natur-

lich gibt es auch ein gewisses Gesundheitsbewusstsein beim Konsumenten, der mit Fox Beer in dieser Hinsicht bestens bedient ist. Fox Beer hat 70% weniger Kohlenhydrate und 30% weniger Kalorien als klassisches Bier und es enthält keinen Zucker.

Wie viel Fox Beer wurde bisher gebraut und abgefüllt?

C.H./P.B.: Zurzeit läuft die siebte Produktionsphase seit Start unserer Aktivität im September 2016. Eine Produktionsphase sind 70 Hektoliter, das ergibt 21.000 Flaschen Fox Beer. Gebraut und abgefüllt wird derzeit in Belgien, nach unserem Rezept. Nun ist auch eine Brauanlage in Luxemburg dazugekommen, die auf lange Sicht den Luxemburger Markt beliefern soll, während das in Belgien gebraute Bier in den Export gehen wird.

Die Entstehungsgeschichte von Fox Beer begreift einen Umweg über Deutschland. Wie kam das?

C.H./P.B.: Fox Beer geht auf eine Idee zurück, die wir hatten, und stellt heute das Ergebnis eines aufwendigen Forschungsaufwands dar. Durchgeführt in der Forschungsabteilung von Weihenstephan, der ältesten Brauerei der Welt. Wir hatten ihnen unser Projekt unterbreitet und stießen bei ihnen, die noch nie an einer Biersorte dieser Art gearbeitet hatten, auf offene Ohren. Meine Grundidee war, ein Bier herzustellen, das sich auch mit einer Diät vereinbaren lässt. Ich war damals etwas übergewichtig, ich hatte da eine Idee und so kam eins zum anderen. Die Forschungsphase, denn es handelte sich hier um hochrangige Forschung, dauerte gut über ein Jahr, bevor wir den Bogen raus hatten.

Wie geht es nun weiter?

C.H./P.B.: Fox Beer ist ein Nischenprodukt, es ist kein normales Bier im üblichen Sinn. Wir haben innoviert mit diesem Bier, ein ähnliches Produkt hatte es bis dato noch nicht auf dem Markt gegeben. Wir werden nun versuchen, die Marktposition von Fox Beer zu festigen und auszubauen. Und dann wollen wir uns auch im Ausland zeigen. Zurzeit haben wir sehr vielversprechende Pläne mit einer bekannten Supermarktkette in Deutschland. Auch aus der Schweiz kamen erste Nachfragen. Man ist schon auf uns aufmerksam geworden.

