

Vom Halm zum Krug – Wir sind Rhöner Bier!

Bewusstseinsbildung über ein regionales Alleinstellungsmerkmal im Landkreis Rhön-Grabfeld

www.wir-sind-rhoener-bier.de

Das Projekt

Wir alle sind Rhöner Bier - wenn wir es trinken genauso wie diejenigen, die die Zutaten herstellen und das Bier brauen. Denn gemeinsam knüpfen wir die Herstellungs- und Verbrauchskette „Vom Halm zum Krug“. So lautete dann auch zuerst der Projekttitel, aus dem die Protagonisten dann schnell den Slogan „Wir sind Rhöner Bier!“ kreierten. Er soll verdeutlichen, was man hier in der Region Rhön und Grabfeld rund um's Bier herstellen und genießen kann. Bis auf den Hopfen ist ja alles vorhanden: Weithin das beste Braugerstenanbauggebiet, eine kleine feine Mälzerei und über zehn Brauereien - von der kleinen Hausbrauerei über eine kultige Spezialitätenbrauerei bis hin zum größeren mittelständischen Betrieb. Und alle zusammen tragen bei zu einer abwechslungsreichen Kulturlandschaft - sowohl was die Landwirtschaft betrifft als auch die Bierkultur, also die Braukultur. Initiiert von Senator a. D. Karl Groenen, lange Jahre im Bauernverband unterfrankenweit für die Braugerste zuständig, rief das Regionalmanagement Vertreter der Rhön-Grabfelder Brauereien, der Mälzerei und der Braugersten-Landwirte im Februar 2013 zusammen. Schnell war man sich einig: Nur gemeinsam können alle Beteiligten das Bewusstsein für die Bedeutung heimischer Produktionsketten am Beispiel Bier schärfen. Bierherstellung nach traditioneller Art wird in Rhön-Grabfeld noch gepflegt und gelebt.

Mit Hilfe der Leader-Förderung entstand das gemeinsame Imageprojekt unter dem heutigen Namen „Wir sind Rhöner Bier!“, getragen und koordiniert von der Tourismus GmbH Bayerische Rhön. Regionale Betriebe aus Landwirtschaft, Mälzerei und Brauereien, Vertreter von Tourismus, Landkreis-Regionalmanagement und Dachmarke Rhön treffen sich seither regelmäßig zu einem Stammtisch und entwickeln gemeinsame Maßnahmen. Die Treffen rotieren unter den Beteiligten und werden verbunden mit Betriebsbesichtigungen vor Ort.

Die Akteure riefen unter fachlicher Begleitung von Marketingexperten einen Videowettbewerb zum Rhöner Bier ins Leben und ließen einen Imagefilm über die hiesigen Bausteine zum Rhöner Bier entwickeln. In einer glanzvollen Galanacht wurden die Filmbeiträge prämiert und der neue Imagefilm vorgestellt. Alle Beteiligten präsentieren sich in einem gemeinsamen Internetauftritt und machen das Projekt mit dem neuen Logo weiter bekannt. In Seminaren ließen sich einige der Akteure zu qualifizierten Gästeführern weiterbilden, speziell zu Brauereiführungen.

Neueste Maßnahme ist der Bierradweg, der in einer Rundtour zu allen beteiligten Brauereien, vorbei an Braugerstenfeldern und zur Mälzerei führt. Hierzu stehen an einigen Stellen Infotafeln, außerdem gibt ein Flyer über den Verlauf und über die Akteure Auskunft.

Die Ziele

- Bewusstseinsbildung bei der Bevölkerung und beim heimischen Gewerbe für die Bedeutung der Wertschöpfungskette Bier für Tradition, kulturelles Erbe und regionale Identität
- Verbesserung des Stellenwertes heimischen Bieres in der Region
- Bewusstseinsbildung bei der Bevölkerung für die Bedeutung regionaler Bierherstellung für die Kulturlandschaft Rhön und Grabfeld und den Klimaschutz (nachhaltiger Pflanzenanbau für Lebensmittelproduktion, Wasserschutz, kurze Wege etc.)
- Bewusstseinsbildung bei der Bevölkerung für die Bedeutung der Wertschöpfungskette Bier für die regionale Wertschöpfung
- Verbesserung der Kommunikation heimischer Bierbrauer untereinander
- Förderung der gemeinsamen Identität innerhalb der heimischen Brauwirtschaft mit allen beteiligten Akteuren, Entwicklung eines Wir-Gefühls
- Harmonisierung der bestehenden und Entwicklung neuer Aktivitäten regionaler Brauereien
- Steigerung der Wirksamkeit durch Kooperation

Projekträger

Tourismus GmbH Bayerische Rhön