

12.06.2024 © Detlef Münch

7 Gründe, warum die TIMES für einen 48-h-Trip nach Dortmund als Brauereibesuch BERGMANN empfiehlt und die Dortmunder Bier Zeitung trotzdem HÖVELS präferiert

Die bekannteste Zeitung der Welt, die britische TIMES, empfiehlt für einen 48-h-Trip in Dortmund auch den Besuch einer Brauerei, was angesichts unserer jahrhundertelangen Brautradition seit dem Mittelalter noch vor 1250 und der bis in die 1990er Jahre geltenden Bierstadt Europas Nr. 1 durchaus nachvollziehbar ist.

Warum sie dann jedoch BERGMANN präferiert und die Dortmunder Bier Zeitung trotzdem HÖVELS empfiehlt, hat 7 gute Gründe:

1. Eigenständigkeit

Nun ist HÖVELS Hausbrauerei seit dem 1. Dezember 1992 nicht mehr eigenständig und gehört seit 1996 zur DAB, die 2002 von der RADEBERGER Gruppe des OETKER-Konzerns in Bielefeld übernommen wurde.

Doch ist HÖVELS Hausbrauerei am Hohen Wall das älteste noch in Dortmund seit 1518 betriebene Brauhaus, das vor nun exakt 170 Jahren 1854 in die Brauerei von HÖVEL, THIER & Co als Großbrauerei transformiert wurde und die Hausbrauerei 1984 wiedereröffnet hat.

Die BERGMANN Brauerei wurde hingegen 2007 von Privatpersonen gegründet und ist seit 2017 auf PHOENIX West ansässig. Mit Bergbau hat die Brauerei, die auch keine tradierte Familienbrauerei wie ehemals KRONEN oder THIER ist, sondern eher wie aus der Retorte (euphemistisch: wie der „Phoenix aus der Asche“) entstanden zu sein scheint, jedoch überhaupt nichts zu tun.

Auch der Brauereiname BERGMANN stammt von der gleichnamigen Landwirtschaftsfamilie, die in Dortmund-Rahm seit 1796 ihre eigene und 1972 stillgelegte Brauerei betrieb.

2. Bekanntheitsgrad

Fragt man jemanden nach einer Brauerei in Dortmund, wird wohl zuerst BERGMANN (Im Ausland jedoch eher die DAB) genannt werden, da die RADEBERGER Großbrauerei an der Steigerstrasse keinen Namen hat und HÖVELS dank einer geschickten Marketingstrategie als Geheimtipp deutlich weniger Leuten im In- und Ausland bekannt ist.

3. Biervielfalt

Ob POTTS im Münsterland oder BERGMANN – eine Brauerei, die etwas auf sich hält, hat in ihrem Brauereiausschank im Gegensatz zu HÖVELS deutlich mehr als 3 Biere (Original, Zwickel, Saisonbier) am Hahn und zusätzlich auch noch einige aus der Flasche.

Doch HÖVELS herausragender Craftbock wurde aufgrund einer fehlenden (längerfristigen) Marketingstrategie von RADEBERGER schnell wieder komplett eingestellt und noch nicht einmal als Saisonbier weitergeführt.

Warum bei HÖVELS der „Pride of Germany“, das traditionelle, süßige Dortmunder Ur-Export „The Beer of World fame“ nicht dauerhaft ausgeschenkt wird, es auch „Dortmunds echte Pils-Natur!“, das besonders herbe THIER-Pils, nicht an seinem Ursprungsstandort gibt, ist nicht nachvollziehbar. Auch STADES Leicht, Deutschlands bestes „Schankbier“ mit nur 2,8 % Alkohol, wird hier schon lange nicht mehr aus der Flasche angeboten.

Seit mehr als 5 Jahren hat RADEBERGER überhaupt kein neues Dortmunder Flaschen- oder Fassbier mehr kreiert, während BERGMANN mit ihren Bieren, dem „Sud des Monats“ und die sauerländischen Brauereien u.a. mit GREVENSTEINER, PÜLLEKEN und PILGER schon seit Jahren sehr erfolgreich sind.

Wenn auch BERGMANNs hopfengestopfte Biere mit Deutscher oder Dortmunder Bierkultur nun überhaupt nichts zu tun haben, fühlt sich der IPA-Engländer hier wohl an seine eigene braukulturelle Tradition erinnert.

Dass ein großer Teil des BERGMANN Bieres gar kein Dortmunder Bier ist, sondern wohl immer noch in der BOSCH-Brauerei in der Nähe von Krombach gebraut und abgefüllt wird, war der TIMES anscheinend nicht bekannt.

4. Stehbierhalle

Sicherlich gibt es auch Menschen, die nicht gemütlich am Tresen sitzend vis-a-vis mit dem Kellner ihr Bier trinken wollen, sondern lieber bei BERGMANN zuerst in einer Schlange stehen wollen, um ihr Bier abzuholen, dann an einer Tischreihe in einer sterilen Halle stehen, um das Bier zu trinken, um danach wieder in einer Schlange zu stehen, um ihr Glaspfand zurückzubekommen.

So etwas (euphemistisch: Merkwürdiges) scheint es in England mit seinen urgemütlichen Pubs nicht zu geben.

5. Deutsche Gemütlichkeit

Sicherlich gibt es auch Menschen, die nicht bei HÖVELS in der City in dem schönsten Biergarten innerhalb der Wälle oder vis-a-vis mit den rotkupfernen Braukesseln urgemütlich sitzen möchten und ein Pläuschchen mit den Kellnern halten wollen, sondern lieber eng gedrängt in der Asphaltwüste auf Phoenix West auf einer Holzbank sitzen.

6. Marketingstrategie

BERGMANN hat unbestritten das deutlich bessere Marketing sowie nachhaltig seit vielen Jahren eine Markenidentität und -verbundenheit etabliert, von denen HÖVELS nur träumen kann.

RADEBERGER hat sich bei ihrem minimalistischen Marketing für HÖVELS kontraproduktiv und völlig überflüssig darauf beschränkt, das traditionsreiche Logo zu kastrieren, Gläser und Krüge zu verunstalten, Regenschirme mit einem übergroßen singulären „H“ zu verunzieren und der traditionsreichen, urgemütlichen Hausbrauerei ein völlig verfehltes Hipster-Image zu verpassen.

Als wenn dadurch jetzt mehr HÖVELS Original in Flaschen gekauft wird oder mehr Leute in die Hausbrauerei kommen!

Die BERGMANN Brauerei auf Phoenix West und vor allem der BERGMANN-Kiosk schräg gegenüber von HÖVELS sind hingegen wirklich hip.

HÖVELS ist nicht hip – zum Glück nicht!

7. Markenimage

Was assoziiert man mit den Dortmunder Marken BERGMANN und HÖVELS?

Bei BERGMANN ist es – was für die Marke spricht – einfach: Alles das, was Dortmund seit Mitte des 19. Jahrhunderts zur Großstadt hat werden lassen und in den 1960er Jahren in einem Slogan fokussiert wurde: „Kohle, Stahl und Bier – Der Dreiklang im Revier“. Dazu passt dann auch hervorragend BERGMANNs Brauereimotto „Harte Arbeit – Ehrlicher Lohn“ – ob das jedoch wirklich zutreffend ist, wissen allein die Brauereiangestellten.

Fürs Marketing ist es jedoch völlig unerheblich, ob diese selbst einen Hungerlohn bekommen, der Brauereiname mit Bergbau überhaupt nichts zu tun hat, sondern von einer Dortmunder Landwirtschaftsfamilie stammt, die naheliegendermaßen auch von 1789 - 1951 eine eigene Brauerei betrieb, die 1972 stillgelegt wurde.

Die Bergleute haben in den 1960er Jahren mit Ausnahme im Dortmunder Westen nicht BERGMANN, das damals als das schwächste Dortmunder Bier galt, sondern UNION Export und DAB (später diskriminiert als „Dortmunder Arbeiter Bier“) getrunken.

BERGMANN'S Koketterie mit der stadthistorischen Arbeiter- und Bergbaugeschichte ist markenstrategisch genial, wenn auch nicht ehrlich, aber wen interessiert das schon. Was zählt, ist die Imagination beim Biertrinken.

Während BERGMANN sich so künstlich eine Tradition konstruiert hat, nutzt RADEBERGER die authentische Historie von HÖVELS nicht.

Was wird nun mit der Marke HÖVELS assoziiert? Ehrlich gesagt – selbst als HÖVELS Stammgast, der in der heutigen Brauhaus-Gaststätte auch die eigene Familiengeschichte 1900 - 1970 in der THIER-Brauerei evoziert – ich weiß es nicht.

Deshalb einige Überlegungen, um das, was unbestritten HÖVELS Markenkern ist, die Tradition der ältesten Dortmunder Brauerei anno 1518 sowie der Großbrauerei von HÖVEL, THIER & Co 1854 - 1993, stärker herauszustellen bzw. HÖVELS größer denken:

- A. Änderung des Namens HÖVELS Hausbrauerei entweder in HÖVELS Brauhaus oder sogar in Brauerei von HÖVEL, THIER & Co.
- B. Nutzung des traditionellen THIER-Brauereiwappens seit 1954/1993, statt des abgewandelten HÖVELS-Brauereiwappens von 1984.
- C. Stärkere Historisierung der Brauerei-Gaststätte u.a. mit THIER-Utensilien.
- D. Rückkehr zu dem traditionellen HÖVELS-Logo.
- E. Das THIER-Pils und HÖVELS Ur-Export dauerhaft vom Fass anbieten.