

Business-School-Alumni besichtigen Hirschbrauerei

„Nicht nur das Bier, sondern auch das Marketing ist spitze!“

„Business, Bier, Betriebswirtschaft“, so könnte die Überschrift einer Besichtigung lauten, an der die Alumni Business School Alb-Schwarzwald in der Wurmlinger Hirschbrauerei teilnahmen. Am Samstag, 10. März 2012 fanden sich dort 14 ehemalige Studenten der Rottweiler Privathochschule ein, um sich von Geschäftsführer Hubert Hepfer in die Kunst des Bierbrauens und –vermarktens einführen zu lassen.

„Qualität, regionale Verwurzelung und gezieltes Marketing sind das A und O“, erfuhren sie dabei. Die Hirschbrauerei lege größten Wert auf Kontakte mit den Verbrauchern. Bierfreunde könnten bei einer Führung selbst erleben, wie Bier gebraut werde und welche hohen Standards die Hirschbrauerei dabei genüge. Ein Erlebnis, das dann auch die Business-School-Alumni begeisterte.



Warum das Wurmlinger Bier nicht nur gut schmeckt, sondern sich auch gut verkauft, wollten die studierten Betriebswirte dann allerdings genauer wissen. Sie alle sind selbst Unternehmer und Führungskräfte aus verschiedensten Branchen. Sie haben an der Business School Alb-Schwarzwald in Rottweil ihren betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss

gemacht und sind dabei gewissermaßen selbst zu Marketing-Profis geworden.

Tatsächlich erklärt die Marketing-Strategie der Hirschbrauerei, warum diese als eine der wenigen mittelständischen Brauereien neben den internationalen Braukonzernen heute noch bestehen kann.



Die Hirschbrauerei kaufe ihre Zutaten regional ein, erklärte Geschäftsführer Hepfer. Das sei zugleich ein Garant für hohe Qualität und ein wichtiges Werbeargument. Ebenso wie die Tourismusförderung in der Region, an der sich die Hirschbrauerei ebenfalls umfassend beteilige. „Regionales Engagement wird gerade in Zeiten der Globalisierung immer wichtiger. Das ist unsere Chance“, lautete sein Fazit. Ein Fazit, dessen Gültigkeit Business-School-Direktor Berthold Villing aus Gosheim auch für seine Hochschule zog: Es sei nicht nur wichtig, dass Lebens- und Genussmittel aus der Region kämen, sondern auch hochqualifizierte Fach- und Führungskräfte. Und so diskutierte die Gruppe in geselliger Runde bei einem Glas Bier noch einige Zeit über „Business, Bier und Betriebswirtschaft“.