

# Fohr – der WeinBierMix



Die Germanen und die Kelten wären sich hier einig gewesen: Das Rheinland ist ein Bierland. Erst Julius Caesar brachte den Wein an den Rhein und begründete den Ruf der Region als „Weinland“. Seither sind der Wein und das Bier beide gleichermaßen am Rhein zu Hause – doch seither lebten sie auch eher nebeneinander her als miteinander. Damit ist nun Schluß!

Mit der Lahnsteiner Brauerei, Lohmann Druck aus Bullay an der Mosel und einem jungen Moselwinzer macht sich ein Trio auf um aus dem Neben- ein Miteinander zu machen. Als Ergebnis dieser Machenschaften kam im Frühjahr 2017 der WeinBierMix „fohr“ auf den Markt. Hinter dem Produkt sollte eine reale Person stehen, die sich auch im Produkt wieder findet – die Wahl fiel auf Dr. Markus Fohr, Inhaber der Lahnsteiner Brauerei.

Fohr genießt in der Branche durchaus das Image immer für eine neue und gerne auch ein wenig schräge Idee gut zu sein. 2002 begann er ein Delikatessensortiment aus heute zwölf Produkten rund ums Bier wie Bierlikör oder Bierbrand, aber auch Biernudeln oder Bierseife aufzubauen, das unter [www.lahnsteiner-delikatessen.de](http://www.lahnsteiner-delikatessen.de) eine eigene Internetpräsenz fand, die nun auch als Vertriebsplattform für „fohr“ dient. 2007 verpasste Fohr der altehrwürdigen aber auch leicht angegrauten St. Martin Brauerei in Lahnstein einen Neustart als „Lahnsteiner Brauerei“. Seit 2011 agiert er als Biersommelier, braut 10-15 Craftbiere und nimmt 2017 an der Weltmeisterschaft der Sommeliers für Bier teil. Zum Thema veröffentlichte er als Bierjournalist über 160 Artikel sowie drei Bücher.



*Dr. Markus Fohr als Juror beim International Craft Beer Award 2016*

Die FOHRgeschichte zur Markenbildung für ein Craft Beer, das auf Wein trifft, ist die Domäne des zweiten Partners im Bunde, der Lohmann Druck Vertriebs GmbH in Bullay an der Mosel. Lohmann agiert als Spezialist für konsequente Markengestaltung und deren Umsetzung in allen Bausteinen der Markenbildung. Um für jedes neue Produkt ein Spektrum vom Kronkorken über die Etikettenausstattung, den Bierdeckel, das Glas bis hin zum 6er-Träger aus einer Hand anbieten zu können entwickelte Lohmann das „Markenpaket“. Hierbei liegt der Fokus auf der Veredelung aller Bausteine im Sinne der Marke. Mehr dazu auf der eigenen Internetpräsenz [www.das-markenpaket.de](http://www.das-markenpaket.de)

Mit der Umsetzung des Craft Beer FOHR-WeinBierMix beweist Lohmann einmal mehr seine Kompetenz in der Gestaltung des Markenauftritts. Diese reicht von der kreativen Gestaltung, deren technischer Umsetzung bis hin zu den notwendigen Kommunikationskanälen im Bereich social media. Dabei sind die technischen Möglichkeiten der Umsetzung bereits bei den ersten Überlegungen auf die einzelnen Bausteine zu bedenken.



Internet: <http://www.lahnsteiner-brauerei.de>

e-mail: [bestellannahme@lahnsteiner-brauerei.de](mailto:bestellannahme@lahnsteiner-brauerei.de)

Am Anfang jeder Überlegung für die Gestaltung steht die Definition der Zielgruppe. Für den WeinBierMix von FOHR ist das eine junge, aufgeschlossene und Genuss affine Zielgruppe, die Craft Beer und deren Geschmacksvielfalt bereits zu schätzen weiß.

Die Gestaltung der Etikettenausstattung für das Markenpaket von Christian Neuleib ist bewusst redundant. Sie thematisiert die Idee des WeinBierMix in frecher Form. Die technische Umsetzung von Lohmann Druck auf Naturpapier, mit Heißfolie und Prägung veredelt, setzt diese Gestaltung konsequent um.

Das Produkt steht im Vordergrund. Aus diesem Grund ist die Füllung bewusst auf eine 0,33 Liter Longneck-Flasche gefallen. Das Klarglas lässt der ungewöhnlichen Eigenfarbe des WeinBierMix genügend Raum, so dass Etikett und Kronkorken die farbliche Tiefe des neuen Getränks unterstützen, ohne dominant zu wirken.

Die Verpackung ist einzigartig. Denn der patentierte 6er-Träger des Markenpakets präsentiert das Produkt am Point of Sale (POS) optimal. Zusätzlich wird über die easyVR-App und virtual reality die Möglichkeit genutzt, weiterführende und vertiefende Information unmittelbar über das Produkt zu transportieren.



*frech und jugendlich – der Internetauftritt von fohr*

Der Dialog ist von fohrrangiger Bedeutung - über Facebook adressiert er insbesondere eine junge Zielgruppe. Über die Landingpage [www.FOHRdenker.de](http://www.FOHRdenker.de) gelangt der interessierte Craft Beer Trinker unter [www.lahnsteinerdelikatessen.de](http://www.lahnsteinerdelikatessen.de) zum Shop der Lahnsteiner Brauerei.

Die umfassende Gestaltung der gesamten Kommunikationslinie für das FOHR-Markenpaket setzte das Fotostudio Susanne Lencinas [www.susanne-lencinas.de](http://www.susanne-lencinas.de) und die Agentur Demuth Design [www.demuth-design.de](http://www.demuth-design.de) aus Heidelberg um.

Fehlt noch der Dritte im Bunde – ein junger genauso innovativer wie aufstrebender Winzer, der ebenfalls an der schönen Mosel beheimatet ist. Er ist der Meinung, dass ein Stück Faszination auch im Unbekannten liegt – und sieht sich daher aktuell in der Rolle des „unsichtbaren Dritten“. Wenn diese die drei Partner ähnlich berühmt macht wie Alfred Hitchcocks Film von 1959 noch heute ist – sie werden damit leben können...

Die fohrentscheidung über den Erfolg von fohr trifft jedoch letztlich nicht das Konzept – und sei es noch so ausgefeilt. Entscheidend wird sein Geschmack sein. Hier die Eindrücke unseres Fohrkosters:

Weißglasflasche, ein sanftes Rosérot wie von einer jungen Rosenblüte oder einem hellen Pfirsich – bereits das Auge fühlt Spritzigkeit in Farbe und Design. Zusammen mit dem vorsichtigen und feinporigen, leicht rötlichen Schaum sowie der feinen und gleichmäßigen Trübung erinnert fohr an ein belgisches Kirschbier. Die Nase belehrt jedoch eines Besse-



Internet: <http://www.lahnsteiner-brauerei.de>

e-mail: [bestellannahme@lahnsteiner-brauerei.de](mailto:bestellannahme@lahnsteiner-brauerei.de)

ren und notiert eine deutliche Fruchtsüße, in deren Deckung sich ein wenig Hopfennote und eine erfrischende Säure zeigen.

Über den Gaumen naht sanfte, feinperlige Spritzigkeit gefolgt von der angenehmen Säure von Rebsorten wie Spätburgunder, Merlot und Cabernet Sauvignon als Rosé. Nun gesellen sich auch fruchtige, vollmundige Gerbstoffnoten bis hin zu einer harmonischen Hopfenbittere hinzu. Schlank fließt fohr die Kehle hinab und lässt seine vielfältige runde Aromatik noch eine ganze Weile am Gaumen verweilen.

#### **Brau- und weintechnische Daten:**

- Mischgetränk aus Roséwein und hellem obergärigem Vollbier rheinischer Brauart.
- Zutaten: 55 % Wein (enthält als Antioxidationsmittel Schwefeldioxid), 45 % helles obergäriges Vollbier (Brauwasser, **Gerstenmalz**, Hopfenextrakt)
- Alkohol 8,4 Vol.-%.
- Farbe: Helles Pfirsich- bis Rosérot.
- Bittere: 8 BE

#### **Genussempfehlung:**

fohr ist der passende Begleiter für die Weinlaube als auch für den Biergarten. Kulinarisch harmoniert er fohrzüglich mit leichter Sommerküche mit Salaten, Flammkuchen, gegrilltem Gemüse oder leichten Fischgerichten. Früchtebecher oder Obstkuchen lieben fohr auch zum Nachtisch oder gar zum Kaffeekränzchen. Käse geht immer, fohrzugsweise Butterkäse oder ein junger Gouda!

6.585 Zeichen (ohne Leerzeichen)

Abdruck honorarfrei.

Bilder in druckfähiger Auflösung auf Anfrage.

Belegexemplar erbeten.

Pressekontakt:

Dr. Markus Fohr

Lahnsteiner Brauerei GmbH & Co. KG, Sandgasse 1, 56112 Lahnstein

Tel. 02621-917431

Mobil 0171-7841954

email: [fohr@lahnsteiner-brauerei.de](mailto:fohr@lahnsteiner-brauerei.de)

<http://www.lahnsteiner-delikatessen.de>