

## St. ERHARD: von Bamberg aus die Welt erobern!

Ein eigenes Bier erfinden und davon auch noch leben können – Christian Klemenz hat es mit der Biermarke St. ERHARD geschafft. Was als Exportschlager in Indien begann, wird nun zum weltweiten Geheimtipp.



**back view: St. ERHARD, ein orangefarbenes, “bernsteinfarbenes” Bier in einer ungewohnten Flasche. Und trotzdem ist es das erste deutsche Bier, das nach Indien exportiert und dort verkauft wird. Wie kam es zur Wahl von Indien als Verkaufsland?**

**Christian Klemenz:** Die Gründungsgeschichte von St. ERHARD ist eine deutsch-indische. Ich habe 2010 zum Ende meines Master-Studiums ein Auslandssemester in Indien verbracht und mich dort gewundert, warum es quasi kein deutsches Bier in Indien zu kaufen gab, auch wenn jeder Inder mit Deutschland sofort Autos, Fußball und Bier verbindet. Gemeinsam mit einem indischen Kommilitonen, der heute unser Country Manager in Indien ist, habe ich mir dann von zu Hause eine deutsche Bierprobe verschiedener Bierstile schicken lassen und wir haben unter den indischen Kommilitonen erste Blindverkostungen durchgeführt. Die Ergebnisse waren ermutigend und so wurde aus einer Exportidee schließlich eine Firma und unser eigenes Bier St. ERHARD.

### **Warum lieben es die Inder so?**

Wir haben uns bei der Entwicklung von unserem St. ERHARD Bier bewusst als Bierstil für Kellerbier entschieden, weil sich Kellerbier durch seine Malzbetonung auszeichnet. Im Gegensatz zu einem norddeutschen Pils, welches den Fokus eher auf die Hopfenbittere legt, dominiert bei unserem St. ERHARD Kellerbier eher die malzige Süße, welche es für den asiatischen Gaumen bekömmlicher macht. Am Ende des Tages sind wir aber dennoch ein



authentisches, fränkisches Kellerbier, das genau so auch in unserer Heimatregion in Bamberg getrunken wird. Was den Franken schmeckt, schmeckt also offensichtlich auch den Indern.

**Wie muss man sich den Verkauf dort vorstellen? Gibt es Ihr Bier in Geschäften oder nur Online zu bestellen?**

Der Verkauf von alkoholischen Getränken ist in Indien wesentlich stärker reglementiert als z.B. in Deutschland. Bier und andere Alkoholika dürfen in der Regel nur in staatlich lizenzierten Liquor Stores vertrieben werden und diese gesetzlichen Vorgaben definieren auch unseren Vertrieb. Primär vertreiben wir über Hotels, Restaurants und Spezialitätenläden.



**St. ERHARD hat ja schon eine außergewöhnliche Entwicklung hinter sich: als Exportschlager gestartet, steht jetzt auch der deutsche Markt im Fokus. Was sind die nächsten Schritte/Maßnahmen für den Vertrieb in Deutschland?**

Neben unserer Heimatregion Franken haben wir in den Metropolen Stuttgart, München und Berlin auch bereits erste Vertriebspartner und die Nachfrage entwickelt sich sehr positiv. Über [unseren eigenen Online-Shop](#) sind wir auch deutschlandweit zu beziehen, aber für eine flächendeckende Marktdurchdringung sind wir immer auf der Suche nach neuen Vertriebspartnern.



**Als Onlinemagazin blicken wir natürlich auch auf [Ihre Facebook-Seite](#). Wie wichtig ist Social Media in Ihrem Marketing?**

Social Media spielt für uns eine ganz große Rolle. Wir versuchen damit nicht nur den Kontakt zu unseren bestehenden Kunden und Fans aufrechtzuerhalten, sondern auch durch qualitativ hochwertige Inhalte kostengünstig eine hohe Reichweite zu erzielen. Gerade für uns als Premiummarke ist es von entscheidender Bedeutung unsere Markenwerte nach außen zu kommunizieren.

**Mit über 70.000 Fans auf Facebook ist das zwar eine ordentliche Zahl, allerdings stammen nur 1.800 Fans aus Deutschland. Ist es ein großes Problem, dass Ihre Fanseite so international und deshalb in englischer Sprache geführt wird?**

Da wir sehr exportorientiert sind, kommt auch der Großteil [unserer Fans bei Facebook](#) aus dem Ausland. Wir versuchen dabei immer, in der zielgruppengerechten Ansprache den Spagat zwischen regionaler Relevanz und globaler Bedeutung hinzubekommen. Eine Vielzahl unserer Posts wird daher auch nur den Followern angezeigt, für diese der Inhalt auch relevant ist.

**Was genau steckt eigentlich hinter dem Namen St. ERHARD?**

Wir wollten als Markenname einen deutschen Eigennamen. Der heilige Erhard hat zudem im 8. Jahrhundert als Wanderbischof Bayern missioniert und damit auch zur Bewahrung und Weiterentwicklung der Bierkultur in Bayern beigetragen. Da wir ebenfalls auf einer Mission im Namen der Bierkultur sind, dachten wir, das passt.

**Wie viele Leute arbeiten in Ihrem Team? Wie viele Leute stecken hinter dem Projekt?**

Das Gründungsteam von St. ERHARD besteht neben mir und unserem indischen Partner Vikanshu Bhargava noch aus Vincent Osterloh und Thies Dibbern. Mittlerweile haben wir aber sowohl in Deutschland als auch in Indien feste Mitarbeiter und Praktikanten.

**Zum Schluss vielleicht ein kleiner Ausblick: werden wir 2020 auch in den USA Menschen mit einem St. ERHARD in der Hand sehen?**

Davon ist wohl auszugehen. Neben vielen anderen Ländern hatten wir auch schon einige Anfragen aus den USA und mit dem richtigen lokalen Partner vor Ort spricht einem Markteintritt in den USA nichts entgegen. Wir stehen bereit.

(Interview: Konrad Welzel / Fotos: St. ERHARD GmbH)