

BIER & BRAUHAUS

Magazin für Biergenuss und Braukultur

WIR BIETEN
DIR:

**Fachverkäufer*in
Bier / Getränke**

EINEN ATTRAKTIVEN WEITERBILDUNGSLEHRGANG
ZUR NACHHALTIGEN KOMPETENZABSICHERUNG
· FÜR BRAUER EIN FITNESSPROGRAMM IN DEN ABSATZMÄRKTEN
· FÜR VERKÄUFER EIN ME(E)R AN PRODUKTGEFÜHL



VERKAUFEN WAS SCHMECKT

... wissen was drinsteckt

Fachverkäufer*in Bier/Getränke (FBG)
E-book © Markus Harms, Herbst 2022

Kurzübersicht

**Zertifikats-Weiterbildungslehrgang
vorwiegend online über Webinare zum/zur**

Fachverkäufer*in Bier/Getränke

Kosten

Einstiegs-Schnupperkurs

- ✓ Im drei- bis sechsmonatigem Schnupperkurs mit Premium-Zugang auf der *Bier & Brauhaus*-Homepage, inkl. Magazinbezug (2 Printausgaben)
- ✓ Die ersten drei Lehrgangsmoduleinheiten mit Teilnahmemöglichkeit an über 12 Live-Einzel-Webinaren (mit Aufzeichnung) des Lehrgangs stimmen auf den kompletten Lehrgang ein, dies ohne weitere Verpflichtungen.
- ✓ Immer für dich da: persönliche Kursbegleitung durch kompetente Mitarbeiter*innen
- ✓ Ratenzahlung auf Anfrage möglich
- ✓ Ca. ¼ der kompletten und Original-Lehrgangsinhalte, inkl. Vorbereitungsgespräch

Einmalig: 495 €, inkl. gesetzl. MwSt.
(3 x 166,60 €/Monat)

Zertifikatslehrgang komplett

- ✓ Einzel-Webinare mit Premium-Zugang + dreimonatige Schnupper-/Probezeit, jederzeit kündbar
- ✓ Das „Rundum sorglos“-Zertifikatslehrgangspaket rundet die komplette Weiterbildungsmaßnahme ab. In bis zu 12 Monaten bestimmst du das Tempo selbst.
- ✓ Während des Online-Zertifikatslehrgangs versuchen wir auch je nach Bedarf und Nachfrage Präsenztage anzubieten.
- ✓ Begleitende Abschlussarbeit, praxisorientiert
- ✓ Alle 50+ Lehrgangsinhalte, Ratenzahlung möglich

Einmalig: 1.950 €, inkl. gesetzl. MwSt.
(12 x 162,50 €/Monat)

Wichtige Hinweise

Der **Lehrgang versteht sich als eine kaufmännisch orientierte Weiterbildung**, d.h. bei entsprechender Umsetzung des Vermittelten im persönlichen Geschäftsumfeld werden sich die Lehrgangskosten schnell „von selbst“ bezahlt machen können.
So unser Anspruch als Lehrgangsanbieter.

Unser weiterer Anspruch: Kein geeigneter Lehrgangsinteressent sollte rein aufgrund der Kosten auf den Lehrgang verzichten müssen. Einzelfallbetrachtung: Wir finden eine Lösung! Während eine Fortbildung in der Regel vom Arbeitgeber übernommen wird, gibt es bei der Weiterbildung ganz **unterschiedliche Finanzierungsmodelle und Fördermöglichkeiten**. Bei konkreten Fragen zögere nicht mit der Kontaktaufnahme:

Wir freuen uns auf dich; wende dich bei Fragen, Anregungen und Wünschen sowie zur Anmeldung an:

service@bier-und-brauhaus.de

BierAtelier UG - Fachverkäufer*in Bier/Getränke
Markus Harms, Viehtriftenweg 31, 32052 Herford
Tel. 05221-1219060,
markus.harms@bieratelier.de



Inhaltsübersicht

	Seite
1. Lehrgangsvorstellung	
1.1 Anfang, Ursprung, Herkunft: Handwerk!	5
1.2 Lehrgangsrahmen	6
1.3 Lehrgangsdurchführung	7
2. Gute Gründe für die Teilnahme	
2.1 Warum dieser Lehrgang?	8
2.2 Was sollte man bedenken?	9
2.3 Was erwartet dich?	10
3. Vorbereitungen zur Teilnahme am Lehrgang	
3.1 Voraussetzungen für die Lehrgangsteilnahme	11
3.2 Die Lern- und Arbeitsmethodik	11
3.3 Empfehlungen zur Vorbereitung	12
4. Lehrgangsübersicht	
4.1 Kommunikationskanäle	13
4.2 Ansprache außerhalb der Webinar-Inhalte	13
4.3 Inhaltsübersicht der 12 Lehrgangsmodule und 50+ Webinar-Einheiten	13
Die Inhalte werden je nach Bedarf aktualisiert und ausgebaut	
5. Ausblick: Lehrgangsziele und Abschluss ... Scheitern ist keine Option	
5.1 Lehrgangsziele	16
5.2 Abschlussarbeit	16
5.3 Zusammenfassung	17

Anhang: Beiträge zu den Lehrgangsinhalten

- **Das Zusatzsortiment**, Magazin Bier & Brauhaus Ausgabe 54 Sommer 2-2022
- **Die Rohstoffe fürs Bier**, B&B Ausgabe 55 Herbst 3-2022
- **E-Commerce und Social-Media**, B&B Ausgabe 55 Herbst 3-2022

1. Lehrgangsvorstellung

1.1 Anfang, Ursprung, Herkunft: Handwerk!

Aller Anfang ist schwer

Das gilt auch für dieses innovative Lehrgangskonzept. Und so hatten wir das Gleiche vor 14 Jahren mit dem Magazin *Bier & Brauhaus*. Große Hürden wie die Darstellung der Notwendigkeit, Sinnhaftigkeit und das Verlangen des Marktes danach haben wir mit dem Special-Interest Magazin *Bier & Brauhaus* als absoluter Quereinsteiger in die Medienbranche genommen.

Wie in anderen Branchen auch, verlangt der Bier-/Getränkeabsatzmarkt einen gewissen Weiterbildungsgrad der Mitarbeiter*innen. Der Bier-/Getränkeabsatzmarkt hinkt da weiterhin hinterher. Mitarbeiter*innen wollen sich weiterbilden, der Wissensdurst auch in einfachen Jobs ist groß. Das Problem des Aufwands (überschaubar) und Kosten (niedrig) einer Weiterbildung haben wir erkannt.

Wie vor 14 Jahren bei dem Magazin *Bier & Brauhaus* sind wir davon überzeugt, dass wir heute mit dem Lehrgang zum/zur Fachverkäufer*in Bier/Getränke eine sinnvolle Investition ermöglichen und eine Lücke in der Weiterbildungslandschaft schließen, was sich vor allem auch für die Teilnehmer*innen auszahlen wird.

Das Lehrgangskonzept zum/zur Fachverkäufer*in Bier/Getränke im Lebensmittelhandwerk entstand aus dem dualen dreijährigen Ausbildungsberuf **Fachverkäufer*in im Lebensmittelhandwerk** mit den Fachrichtungen Bäckerei/Konditorei und Fleischerei. Es lohnt sich aus meiner Sicht, sich dazu mal genauer zu informieren, Stichworte: Berufenet-Steckbrief der Bundesagentur für Arbeit; Verordnung über die Berufsausbildung/LebensMAusbV, Ausbildungsrahmenplan bzw. Rahmenlehrplan.

Der größte Unterschied zu ggfs. artverwandten Berufen, z.B. zum/zur Verkäufer/in im Einzelhandel ist sicherlich der fachliche Bezug zur Produktherstellung, die ca. 20 % der Ausbildungsinhalte stellen – auch beim Fachverkäufer*in-Lehrgang. Den fachlichen Fokus sehen wir zur dauerhaften Kompetenzabsicherung.

Dazu zum Abschluss etwas zum Thema Handwerk vs. Industrie:

„Wenn allein Größe für das notwendige Wachstum verantwortlich wäre,
die Welt wäre heute voller Dinosaurier.“

1.2 Lehrgangsrahmen

Dazu ein paar Begriffsklärungen:

Angelehnt an IHK-Definitionen wird hier der Begriff **Lehrgang** verwendet, Vorgabe: mind. 50 Unterrichtseinheiten à 45 min, 80 % Anwesenheit und Abschlusstest

Der maximal praxisorientierte Lehrgang ist kein starres Korsett. Wir brauchen durch die überwiegende Nutzung digitaler Medien (Webinare) theoretisch keine speziellen Räumlichkeiten vorhalten. In der Praxis wird sich zeigen, inwieweit wir auch die räumlichen Distanzen mit Präsenzveranstaltungen überwinden können. Der Wille zur Präsenz als Ergänzung, zumindest aber für den Abschluss, ist da.

Da dieser Lehrgang keine berufliche Ausbildung ist, aber trotzdem niederschwellig/basisorientiert bleibt, verwenden wir den Begriff **Weiterbildung**. Um diesen wichtigen Punkt näher und ausführlicher zu betrachten, vergleichen wir das hier mal mit dem Begriff Fortbildung.

Unterschied zwischen Weiterbildung und Fortbildung

Mit einer **Weiterbildung** baust du dein Wissen und Können aus und erweiterst damit deinen beruflichen Handlungsspielraum. Vorrangiges Ziel der beruflichen Weiterbildung ist es, dir bessere Jobperspektiven zu eröffnen. Sie baut auf dem Wissen auf, das du bereits während deines Berufslebens gewonnen hast. Jedoch muss das sich nicht unmittelbar auf den aktuell ausgeübten Job beziehen. Nach erfolgreichem Abschluss deiner Weiterbildung erhältst du ein Zertifikat, welches deine erworbenen Qualifikationen bescheinigt.

Die Weiterbildung unterstützt dich bei dem Ziel, eine Anstellung zu finden, oder darin, dich in deinem aktuellen Job bzw. beruflichen Ziel noch weiterzubringen.

Der Begriff der **Fortbildung** ist im Berufsbildungsgesetz (§ 1 Absatz 4) geregelt. Demnach setzt die Fortbildung einen Berufsabschluss sowie einschlägige Berufserfahrung voraus. Ziel der Fortbildung ist, die „berufliche Handlungsfähigkeit“ im aktuellen Job zu sichern und anzupassen (Anpassungsfortbildung) oder zu erweitern (Aufstiegsfortbildung). Wenn du in deiner derzeitigen Anstellung beispielsweise neue Aufgaben übernehmen sollst oder im Unternehmen aufsteigen willst, ist die Fortbildung die geeignete Bildungsmaßnahme für dich.

Der **wesentliche Unterschied zwischen den Begriffen Fort- und Weiterbildung** liegt darin, dass die Fortbildung einer sehr konkreten Anforderung bezogen auf den aktuellen Job dient, während die Weiterbildung sich nicht auf deine derzeitige berufliche Tätigkeit beziehen muss.

Die Weiterbildung dient in erster Linie dazu, dein Qualifikationsprofil zu erweitern. In gewisser Weise ist sie also flexibler als die Fortbildung, da du sie in jeder beruflichen Situation und Lebensphase durchführen kannst. Du entscheidest selbst, worin du dich weiterbilden möchtest. Auch ist die berufliche Weiterbildung in der Regel umfangreicher und kann im Unterschied zur Fortbildung sogar, so wie hier, einige Monate in Anspruch nehmen.

Zum Abschluss der Begrifflichkeiten

Die Begriffe Fachverkäufer*in, Lehrgang und Zertifikat (vergl. z.B. Abschlusszeugnis) sind rechtlich nicht geschützt bzw. nicht schutzfähig (freihaltebedürftig). Wir haben uns aus unterschiedlichsten Gründen zu der Benennung **Zertifikatslehrgang im Rahmen einer Weiterbildungsmaßnahme** entschlossen.

Das entspricht Anspruch und Inhalt dieser Maßnahme am ehesten.

Lehrgangskern-DNA und Philosophie

Im engsten Sinne verstehen wir darunter die Vermittlung der Kauf- und Trinkanlässe von Bier/Getränken in den dazugehörigen Absatzmärkten (Handel, Gastro, Events) im Fachverkauf. Daraus ergibt sich auch die Kern-Teilnehmerzielgruppe: Interesse (Job, Teil-/Vollzeit beruflich, unternehmerisch, gewerblich) am Fachverkauf von Konsumgütern in den dazugehörigen (lebensmittelrelevanten) Absatzmärkten.

Im weiteren Verständnis, und etwas persönlicher und weniger technisch, verstehen wir den Lehrgang als Aufbau, beruhend auf dem Prinzip gegenseitiger Unterstützung, das Engagement/Verständnis für andere, den Netzwerkaufbau und dessen Pflege, Wohlwollen und Vertrauen fördern und fördern, Probleme lösen oder akzeptieren lernen. Oder in einem kürzeren Kernsatz:

„Wer erfolgreich sein möchte, benötigt eine positive, hilfsbereite und verlässliche Grundeinstellung.“

1.3 Lehrgangsdurchführung

Die Fa. BierAtelier UG als der Inhaber und Herausgeber des Magazins *Bier & Brauhaus* ist Initiator des Lehrgangs und somit auch für die Durchführung des Lehrgangs zum/zur Fachverkäufer*in Bier/Getränke verantwortlich.

Persönliche Entstehungsgeschichte

Markus Harms ist alleiniger Inhaber der BierAtelier UG, Initiator und derzeitiger Chefredakteur des Magazins *Bier & Brauhaus*.

Markus ist in einer Kaufmannsfamilie im Lebensmitteleinzelhandel groß geworden im ländlichsten Bereich der Stadt Cuxhaven/Land Hadeln, quasi im elterlichen Dorfladen. Heimdienst, Leergut sortieren, Werbezettel austragen ... von Kindesbeinen an.

Markus war nach seiner Ausbildung zum Lebensmittelverarbeitungstechniker unter anderem jahrelang Regionalverkaufsleiter in einem mittelständischen Unternehmen, ist Inhaber einer Getränkemarkte und hat ein Bierspezialitäten-Fachgeschäft geführt. Er führt bis heute Braukurstage durch und moderiert Bierverkostungen.

Markus ist gelernte Fachkraft für Lebensmitteltechnik (Cuxhaven 1992), zum Staatlich geprüften Lebensmittelverarbeitungstechniker (Kulmbach/ Oberfranken 1999) ausgebildet worden und bezeichnet sich selbst als „ein berufliches Kind der Industrie, mit eindeutig handwerklichen Wurzeln“.

„Ich mag besonders den Gedanken der enkeltauglichen Familienbetriebe. Solche, die das unternehmerische Handeln nicht nach Jahren, sondern nach Generationen denken, werten und führen.“

Auch im Lehrgang begrüßen wir das respektvolle „du“ als gegenseitige Ansprache.

2. Gute Gründe für die Teilnahme

2.1 Warum dieser Lehrgang?

- Spaß, Freude, positive Erlebnisse, die das Lebensgefühl bereichern
- Ausbau und Absicherung fachlicher Kompetenz, der eigenen Existenz und Weiterentwicklung der Persönlichkeit
- Im Klima des Wohlwollens: effektiv, kontinuierlich, entschlossen, verlässlich, ergebnisorientiert, positiv, offen, partnerschaftlich handelnd/auftreten: „Türen öffnen statt Klinken putzen“
- Praxisorientiert

Was bekomme ich für mein Geld?

- Nutzerfreundliche Infrastruktur, von Profis gemacht und gepflegt; Verwaltung/Backoffice, Personalkosten
- Zugang zu aktuellen Informationen und Trends
- Förderung und Entwicklung der eigenen Geschäftstätigkeit im Job
- Praxisorientierte Schulungen und Übungen, spezielle Kenntnisse zur Selbstvermarktung und zur Vermarktung der Bier-/Getränkeprodukte und Service-/Dienstleistungen
- Möglichkeit für neue persönliche Kontakte, die auf regionaler/nationaler Ebene zu langfristigen strategischen Partnern-/Freundschaften ausgebaut werden können.
- 50+ Webinare mit allen notwendigen Lehrgangsinhalte
- Lernbegleitung, Leistungsdokumentation der Teilnehmer*innen (Teilnahme, Lernkontrollen ...)
- Begleitung der Übungsaufgaben und Abschlussarbeit
- ggfs. + Prüfung, + feierliche Urkundenübergabe + Lehrgangsabend

Warum? - Der Lehrgang ist ideal,

- wenn du z.B. berufliche Leidenschaft am Bier/Getränkeverkauf im Handwerk schon hast oder dies für dich vorstellen kannst
- wenn du vorhandenes Wissen festigen und verbessern sowie frische Impulse willst
- wenn du Praxis im Handwerk/Einzelhandel mitbringst, Spaß am Präsentieren und Verkauf hast
- für Quereinsteiger mit praktischer Berufserfahrung
- als Einstieg in ein neues Tätigkeitsfeld
- für Selbständige und Mitarbeiter*innen im Handwerk, in kleinen und mittleren Betrieben
- für Einsteiger*innen, für Führungspersonal, auch Nachwuchskräfte
- für alle, die neue und interessante Aufgaben im Betrieb übernehmen wollen und hierzu Spezialwissen benötigen

- für Quereinsteiger*innen, die eine neue (haupt- oder neben-)berufliche Perspektive anstreben
- für alle, die eine leicht verständliche und fundierte Einführung in das gesamte Gebiet des Fachverkaufs suchen
- wenn du Kenntnisse im Fachverkauf für den Beruf brauchst
- wenn du überlegst, mehr aus dem Interessengebiet Bier/Getränke und/oder Fachverkauf zu machen, aber dir vielleicht noch der letzte Anstoß für den Schritt in ein neues Tätigkeitsfeld fehlt.

Die vielschichtigen Kunden und Konsumenten ...

- ... benötigen eine ebenso vielschichtige Ansprache in den ebenso vielfältigen Kanälen und Methoden, um sie schlussendlich mit den richtigen Produkten zu bedienen.
- Junge Leute verändern mit ihrer Sichtweise auf Bier/Getränke immer wieder dessen Markt. Auch junge Konsument*innen wollen auf Augenhöhe angesprochen bzw. erreicht werden. Und das mit einer großen Portion Glaubwürdigkeit und Authentizität.

2.2 Was sollte man bedenken? Was macht den Lehrgang aus?

- Du bestimmst das Lerntempo selbst – ideal für Berufstätige und angepasst an deinen persönlichen Zeitrahmen.
- Flexibles und effektives Lernen: Mit dem Fernkurs *Bierverkauf* nutzt du eine moderne Lernmethode, die speziell auf die Anforderungen erwachsener Lerner zugeschnitten ist.
- Du kannst jederzeit beginnen und entscheiden, wann und wo du lernen möchtest.
- Der Lernstoff ist von Grund auf leicht verständlich aufgearbeitet und in überschaubare Abschnitte eingeteilt.
- Du erhältst umfangreiche Grundlagen und Spezialwissen zu den Besonderheiten im Fachverkauf, speziell Bier/Getränke, über dessen Absatzmärkte Handel, Gastro und Events.
- Mit einer gezielten Weiterbildungsmaßnahme verbesserst du deine berufliche Qualifikation und stärkst (ganz nebenbei) auch deine Persönlichkeit.
- Der Zertifikats-Weiterbildungslehrgang spart zeitraubende und kostenintensive Anfahrtswege und Übernachtungskosten.
- Nach der Anmeldung stellen wir dir einfach dein individuelles Kursmaterial zusammen. Neben den Kursunterlagen gibt es einen persönlichen Ansprechpartner. Alles zusammen ergibt einen problemlosen Einstieg und Ablauf für dich.
- Es ist ein praxisorientierter, fundierter und unterhaltsamer Lehrgang, der mit überschaubarem Aufwand sehr hilfreich sein kann.
- Der Lehrgang schafft Klarheit und hilft, z.B. im harten Wettbewerb mögliche Konfliktpotenziale früh zu erkennen und zu meistern.
- Der Lehrgang unterstützt ein **Wir-Gefühl-Erlebnis**.

Arbeitnehmer wollen sich weiterbilden

(wissen aber nicht, worin – laut Randstad-Studie April 2022):

- 65 % sind sich bewusst, dass sie sich weiterbilden müssen;
- 48 % sind unsicher, in welche Fähigkeiten aufgrund der Veränderungen in der Arbeitswelt

investiert werden soll;

53 % der befragten Arbeitnehmer*innen wünschen sich Kompetenzbewertungstests, um zu verstehen, auf welche Fähigkeiten sie sich konzentrieren müssen.

- **Soft-Skills:** Der Trend bei Mitarbeiter*innen zum Wunsch nach Erweiterung. Lernfelder wie Kommunikation, Organisation und Zusammenarbeit sind gefragt und werden zunehmend wichtiger. Zum Beispiel „Wie gehe ich mit Fehlern um? Wie organisiere ich mich effizienter? Wie präsentiere ich mich?“. Diese Fragen beschäftigen laut der Studie die Arbeitnehmer*innen.
- Und selbstverständlich beschäftigt sich auch dieser Lehrgang neben der reinen Wissensvermittlung mit „neuen“ Fertigkeiten und Fähigkeiten der Teilnehmer*innen.

2.3 Was erwartet dich beim FBG-Lehrgang?

Vor allem das Magazin *Bier & Brauhaus* verspricht einen optimalen Start in den Online-Lehrgang. Man sieht schnell, welcher Bereich einen interessiert und welcher weniger. Dadurch lassen sich sofort erste Anhaltspunkte für Veränderungsansätze feststellen.

Eine weitere Stärke des Lehrgangs ist, dass du es unabhängig von Zeit und Ort nutzen kannst. Du hast also keinerlei Wartezeiten und kannst dich sofort – wo immer du gerade bist und den Kopf dafür frei hast – wirksam mit dem Lehrgang beschäftigen.

Wie ist der Ablauf?

- Der Lehrgang findet online statt: Du bist nicht allein!
- Der Lehrgang ist sehr persönlich und individuell auf dich zugeschnitten. Neben dem persönlichen Austausch hast du in vielerlei Hinsicht die Möglichkeit, den Lehrgang bis hin zur Abschlussarbeit nach deinen eigenen Wünschen zu gestalten.
- Du hast immer die Möglichkeit, deine eigenen Ideen einzubringen und in den Lehrgangsprozess zu integrieren.
- Das Gleiche gilt für die Übungs- und Hausaufgaben. Du kannst selbst auswählen, welche du gerne machen möchtest, wie genau du sie bearbeiten möchtest und bis wann du sie erledigt haben willst. Im gewissen Maße gilt das auch für die Abschlussarbeit.
- Während – in jedem Fall aber nach – jeder der 12 Lehrgangsfelder bekommst du persönliche Nachrichten, die dich weiter motivieren sollen, dich und deine Vorhaben umzusetzen, dich auf das nächste Thema einzustimmen und an Lern-/Verbesserungsprozessen dranzubleiben.
- Auch nach dem Abschluss bleibst du nicht allein: Die Chronik kann stetig weiter ausgebaut und ergänzt werden, die Sitzungen bleiben nutzbar, also auch dann noch, wenn du alle Einheiten gemacht hast.

Zum Abschluss das „Warums“ zu diesem Lehrgang:

Wertschätzung und mehr Spaß im Job

Voraussetzung für einen erfolgreichen Bier-/Getränkeverkauf ist die Motivation, Willensstärke und Kompetenz des Personals. Gute Produkte lassen sich nur mit gut ausgebildeten Mitarbeiter*innen verkaufen. Im Kern steuert dieser Lehrgang darauf hin. Und mehr:

Gerade für kleinere und regional mittelständische Betriebe besteht die Pflicht, sich um die Qualifikation und Weiterentwicklung der Menschen aus der eigenen Region zu kümmern. Für Herausforderungen wie z.B. dem demografischen Wandel in vielen Regionen benötigt es Engagement sowie eine eigene Initiative zur Verbesserung.

3. Vorbereitungen zur Teilnahme am Lehrgang

3.1 Voraussetzungen für die Lehrgangsteilnahme

- Der Lehrgang findet in deutscher Sprache statt.
- Eine postalische und E-Mail-Adresse sowie ein Online-Zugang (Internetanschluss) sind erforderlich.
- Für die Live-Webinare sollte das Endgerät über eine Tonausgabe und eine Kamera verfügen, damit man sich im virtuellen Klassenzimmer gegenseitig sehen und ansprechen kann.
- Ansonsten gilt das Mindestalter von 16 Jahren als einzige Lehrgangsteilnahmevoraussetzung (von der eigentlichen Anmeldung natürlich abgesehen).

Was erwartet mich denn nach der Anmeldung? – Eine Menge!

- Unmittelbar nach Abschluss der Anmeldung (Zahlung von mindestens 3 Monatsraten) gibt es den kompletten Online-Zugang zu sämtlichen Ausgaben des *Bier & Brauhaus*-Magazins. Die aktuelle *Bier & Brauhaus*-Ausgabe schicken wir auch als Printversion mit der Post.
- Auf den persönlichen Online-Kundenzugang stellen wir alle weiteren Informationen für den Lehrgang und erste Lehrgangsinhalte bereit.
- Man kann sich daher direkt von Zuhause aus mit den Inhalten beschäftigen.

3.2 Lern- und Arbeitsmethodik

Das persönliche Kennenlernen

- Kern des ersten Steps nach der Anmeldung ist das persönliche Kennenlernen. In einem mindestens dreißigminütigen 1:1-Vorbereitungsgespräch via Zoom-Videokonferenz erfolgt eine gegenseitige persönliche Vorstellung. Von unserer Seite mit deinem persönlichen Lehrgangsführer Markus Harms.
- Neben der Biografie „Wo kommst du her – wo willst du hin?“ gilt es, die Ziele des Lehrgangs abzustecken und die persönlichen Potenziale des Lehrgangs zu erfahren bzw. kennenzulernen.
- Die ersten Ziele werden gesteckt: für die ersten drei Monate (oder auch 100 Tage) und was die unmittelbar nächsten Maßnahmen sind: Was?... bis wann?
- Das Wichtigste nach dem persönlichen Kennenlernen: Der Weg ist das Ziel, und der gemeinsame Weg beginnt jetzt – mit der Umsetzung der abgesprochenen Sofortmaßnahmen.

Flexibel und individuell: unabhängig von Zeit und Raum

E-Learning auf einer eigenen Online-Plattform als eigene Form der Wissensvermittlung kommt unterschiedlichen Lebens- und Arbeitssituationen entgegen.

- Freie Zeiteinteilung, du bestimmst selbst, wann du lernen willst.
- Keine Fahrtzeiten, du sparst Zeit und Kosten für die Fahrt zum Veranstaltungsort.
- Bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie, du bleibst beruflich am Ball.
- Individuelles Lerntempo, du bestimmst die Lerngeschwindigkeit selbst.
- Freiwillige Selbstkontrolle, du erhältst über Selbsttest eine Lernstandkontrolle.

Vertrauen als Grundlage für den Lehrgangserfolg

Der Expertenkreis (im Hintergrund des Lehrgangs) und die Lehrgangsdurchführung (als Basis an der Lehrgangsfrente) bieten fachliche Kompetenz, Selbstvertrauen, Gerechtigkeit, Glaubwürdigkeit, Feingefühl, Fachpraxis, Leidenschaft **mit Spaß an der Sache**.

Lernerfolg der Teilnehmer, gleichwertig abhängig von:

- Intelligenz (kreatives Problemlösen unter Zeitdruck),
- Motivation,
- Aufmerksamkeit und Fleiß,
- Anschlussfähigkeit des Stoffes,
- Darbietung des Stoffes,
- Wiederholung des Stoffes

Persönliche Lernbegleitung

- Als methodisches Qualitätsversprechen des Lehrgangs für die Teilnehmer
- Ein externer Partner gibt bei Bedarf Selbsthilfe-Methodenunterstützung, die von der rein inhaltlichen Wissensvermittlung abgekoppelt ist, also: fachübergreifend - pädagogisch, didaktisch

3.3 Empfehlungen zur Vorbereitung

Der Lehrgang Fachverkäufer*in Bier/Getränke versteht sich als Weiterbildungsmaßnahme in der Erwachsenenbildung. Die letzte Bildungsmaßnahme könnte schon eine Zeitlang her sein. Deshalb empfehlen wir, sich auch mit den zeitlos-branchenübergreifenden Begrifflichkeiten noch einmal vertraut zu machen:

- Vortrag, Video 45 min: **Bildung der Zukunft oder Kopfreform?** – Prof. Gunter Dueck
<https://www.ardmediathek.de/video/tele-akademie/bildung-der-zukunft-oder-kopfreform-gunter-dueck/swr/Y3JpZDovL3N3ci5kZS9hZXgvczExNjc4NDM>
- Vortrag, Video 45 min: **Bildung braucht Persönlichkeit – Wie Lernen gelingt**, Prof. Dr. Gerhard Roth
<https://www.ardmediathek.de/video/tele-akademie/prof-dr-gerhard-roth-bildung-braucht-persoenlichkeit-wie-lernen-gelingt/swr/Y3JpZDovL3N3ci5kZS8xODI2OTUyMg>

Grundsätzlich sind selbstverständlich alle notwendigen Lehrgangsinhalte im Preis enthalten. Individuell geben wir bei Bedarf Literaturempfehlungen. Das Netzwerk des *Bier & Brauhaus-*Magazins dient uns als riesiger Erfahrungsschatz-Pool.

4. Lehrgangsübersicht

Je nach individuell-persönlichen Rahmenbedingungen ist für den Lehrgang zum/zur Fachverkäufer*in Bier/Getränke ein Zeitraum von mindestens 6 bis maximal 12 Monaten einzurechnen, dies bei einem wöchentlichen Zeitaufwand von ca. 3 - 6 Stunden.

4.1 Kommunikationskanäle

Wir nutzen:

- Videokonferenz (Zoom-Meeting), Live-/Online-Webinare mit und ohne Aufzeichnung, Online-/Printmagazin, Word-, Excel-, PDF-Dateien, E-Mail-Newsletter ...
- Erster Stepp: Vorbereitungsgespräch, persönliches Kennenlernen (1:1, via Zoom-Videokonferenz), Biografie, Sofortmaßnahmen

4.2 Außerhalb der Webinar-Wissensvermittlung

- Präsenzveranstaltung, zumindest für den Abschlusstest werden angestrebt, wird individuell abgestimmt.
- Hausaufgaben, Übungsaufgaben, Abschlusstest, Abschlussarbeit.
- Präsenzveranstaltungen nach Bedarf und Absprache, z.B. gemeinsamer Braukurstag; moderierte Online-Bierverkostung; nach Abschlussarbeit und bestandem Test Übergabe des Lehrgangszertifikats

4.3 Inhaltsübersicht der 12 Lehrgangsmodule, der 50+ Webinar-Einheiten

Die Inhalte werden je nach Bedarf aktualisiert und ausgebaut

1. Beginn des Lehrgangs ... Kennenlernen und Netzwerken

1.0 Ergänzung-/Bonusvideo: Herzlich willkommen

1.1 Vom Erlebnis zum Ergebnis – Von der Sache zur Person

1.2 Die Sicht des Verbrauchers: Durst und Trinken, zwischen Wasser und Alkohol

1.3 Die Sicht des Verkäufers: Schön trinken – gut verkauft!

1.4 Vorschau: Bis zum Abschluss des Lehrgangs und Weiteres

2. Gestalten, Werben, Beraten und Verkaufen

2.0 Ergänzung-/Bonusvideo: Grundlagen Handwerk, Übersicht 2. Block

2.1 Grundlagen Marketing

2.2 Grundlagen Werbung

2.3 Beraten im Fachverkauf

2.4 Kundenorientierter Fachverkauf

2.5 Grundlagen Social Media und E-Commerce

3. Grundlagen der Herstellung von Bier und (Brauerei-)Getränken

3.0 Ergänzung/Bonus: Die Rohstoffe fürs Bier (Live-Webinar)

- 3.1 Rohstoff Wasser
- 3.2 Rohstoff Malz
- 3.3 Rohstoff Hopfen
- 3.4 Rohstoff Hefe
- 3.5 Sudhaustechnologie 1: Schroten und Maischen
- 3.6 Sudhaustechnologie 2: Läutern und Kochen
- 3.7 Gärung und Abfüllung, Reifen und Lagern
- 3.8 Herstellung Alkoholfreies Bier, Erfrischungsgetränke, Saft-Schorlen
- 3.9 Herstellung Spirituosen, speziell Whisky: „Malz-Geschwister“
- 3.10 Zusammenfassung, Übersicht, Ausblick, Besonderheiten und Exotisches
Getränkeausschankanlagen, Bierpflege, Brauen von Trinkessig

4. Verkauf aktiv gestalten

- 4.0 Bonus/Ergänzung: offen
- 4.1 Organisation des Verkaufsbereichs
- 4.2 Beraten und Bedienen von Kunden
- 4.3 Vorgänge beim Verkaufen
- 4.4 Verkaufsablauf: Warum ist leer gut?
- 4.5 Feedback-Runde, Zusammenfassung, Wiederholung

5. Waren kundenorientiert verkaufen

- 5.0 Bonus/Ergänzung: Kreativitätstechniken
- 5.1 Angebot von Bier/Getränken, Beschaffung, Auswahl
- 5.2 Angebot Service-/Dienstleistungen
- 5.3 Marketing-Aktionen für Bier/Getränke
- 5.4 Anforderungen an die Bier-/Getränkequalität, Getränkebeurteilung nach Prüfmerkmalen
- 5.5 Warenkunde, Warenpräsentation
- 5.6 Angebot von Zusatzsortiment: Food/Non-Food

6. Bier brauen, Getränkeherstellung in der Praxis

- 6.0 Bonus/Ergänzung: Bier- und Braurezepte als Erfolgsfaktoren (Live-Webinar mit Aufzeichnung)
- 6.1 Vor dem Brautag
- 6.2 Der Brautag
- 6.3 Nach dem Brautag

7. Produkte verkaufsfördernd präsentieren

- 7.0 Bonus/Ergänzung: Bierig reisen mit Braukultur (kostenloses Live-Webinar)
- 7.1 Sortimentsprofil und Verkaufsförderung
- 7.2 Grundlagen der Warenpräsentation
- 7.3 Kennzeichnung von Getränke/Gebinden
- 7.4 Feedback-Runde

8. Besondere Verkaufssituationen gestalten

8.0 Bonus/Ergänzung: Braukurstag gestalten, Bierverkostung moderieren, Reisen organisieren

8.1 Besondere Momente im Fachverkauf – Persönliches

8.2 Rechtliche Vorschriften

8.3 Bewältigung von Kundenandrang

9. Waren fachlich fundiert verkaufen

9.0 Bonus/Ergänzung: offen – ggfs. online moderierte Bier-/Getränkeverkostung

9.1 Fachkenntnisse über Bier/Getränke

9.2 Bierpflege + Zapfprobleme vermeiden

9.3 Sensorik 1, Praxis: Einsatzmöglichkeiten im Bier-/Getränkeverkauf

9.4 Sensorik 2, Theoretische Grundlagen

9.5 Bier-/Getränkemarke, Vermarktung Sudeditionen

9.6 Vorbereitung: Abschlussarbeit 1

10. Bier-/Getränkespezialitäten: Herstellung und Verkauf

10.0 Bonus/Ergänzung: Und nach der Brauarbeit? – Die Absatzmärkte für mein Bier

10.1 Erfolgsfaktoren in Einkauf/Beschaffung und Logistik

10.2 Fachbegriffe, Glossar, Fachsprache

10.3 Abschlussarbeit 2: Zwischenbilanz

11. Bier/Getränke präsentieren und servieren

11.0 Bonus/Ergänzung: offen

11.1 Bewirtung von Kunden und Gästen

11.2 Servicearbeiten im Gastraum

12. Umsatz und Kundenbindung durch Verkaufsaktionen

12.0 Bonus/Ergänzung: Das eigene Geschäftsmodell bis zur Businessplan-Erstellung

12.1 Maßnahmen der Sortimentspolitik

12.2 Aktionsplanung,

12.3 Finanzierung

12.4 Abschlussarbeit 3 – Finale

5. Ausblick: Lehrgangsziele und Abschluss ... Scheitern keine Option

5.1 Lehrgangsziele

Die Lehrgangsziele orientieren sich

- an den Aufgabenstellungen des Marktes/der Branche, das wäre z.B.
 - o Fachkräftemangel
- und an den Bedürfnissen der Teilnehmer, das wäre z.B.
 - o verbesserte Jobaussichten

Das generelle Weiterbildungsangebot ist enorm. Wir sind überzeugt davon, ein sehr gutes Beispiel für ein praxisorientiertes Weiterbildungsangebot zu werden, durch

- Handeln statt Hoffen
- Selbst fordern und auch fördern lassen
- Aus der Praxis und für die Praxis
- Motivation und Willensstärke
- Konsequenz und mutig, Selbstüberwindung

Der Getränke Einzelhandel gehört zu den Gewinnern der Corona-Krise. Aber es gibt noch sehr viel zu tun, um die Branche zu verbessern. **Neue Herausforderungen** kommen in immer kürzeren Zeitabschnitten dazu.

Lernziele: Nach der Weiterbildung kann der/die Teilnehmer*in ...

- **fachkompetent**, auf der Grundlage fachlichen Wissens und Könnens Aufgaben und Probleme zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet und selbständig lösen und das Ergebnis beurteilen.
- **handlungsorientiert** Arbeitsaufgaben selbständig planen, durchführen und beurteilen.
- eine/n neue/n Mitarbeiter*in am Arbeitsplatz einführen, im Team zusammenarbeiten
- geeignete Verkaufsargumente entwickeln und auf Kund*innen eingehen, jobtypische Kaufverträge abschließen sowie Kassiervorgänge durchführen.
- Dienstleistungen, Zusatz- und Alternativprodukte anbieten mit dem Ziel, Kaufwünsche zu bestätigen oder neue zu wecken.
- Regal- und Platzierungsbelegung im Team planen und gestalten unter Berücksichtigung der Aspekte der Verkaufsförderung, der Ergonomie und der Qualitätssicherung.
- den Verkauf von Bier/Getränken arrangieren, dies anlass- und saisonbezogen unter Berücksichtigung wechselnder Angebote. Im Verkaufsgespräch werden auch Serviceleistungen mit einbezogen. Teilnehmer*innen analysieren, reflektieren und beurteilen die Verkaufshandlung.
- in besonderen Verkaufssituationen angemessen auf Kundenwünsche und Verhaltensmuster der Kunden reagieren.
- rationelle Arbeitsabläufe entwickeln und sie anwenden. Dies orientiert an den jeweiligen Zielgruppen und den regionalen, saisonalen und ggfs. örtlichen und tageszeitlichen Besonderheiten.
- den Kund*innen bei der Bier/Getränkeauswahl behilflich sein, den Service fachgerecht durchführen und nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten das Ergebnis bewerten.

kennen die Teilnehmer*innen ...

- Rohstoffe, Braurezepte und Herstellungsverfahren; bewerten sensorische Bedeutung und beurteilen die technologische Bedeutung der Rohstoffe für Bier/Getränke.
- die wesentliche Bedeutung des Marketings, gestalten und präsentieren Produkte und wenden Kommunikationsinstrumente an.
- Fachausdrücke und handelsübliche Bezeichnungen und nutzen dies als Verkaufsargumente.
- sensorische, rechtliche und betriebswirtschaftliche Aspekte, die zur rechnerischen Preisbildung führen, und können diese verkaufsfördernd begründen.

nutzen/erstellen die Teilnehmer*innen ...

- Medienberichte über die Branche des Betriebs, ggfs. über ihren Tätigkeitsbereich.
- unterschiedliche Formen der Kommunikation, auch in Gesprächen.
- Handzettel, Plakate, Broschüren und bedienen sich dabei der Möglichkeiten der modernen und angemessenen Informationsverarbeitung.
- kundenorientierte Verkaufsmethoden und führen handlungsbezogene Berechnungen durch.
- fachgerechte Produktinformationen, um Kunden zum Kauf anzuregen und in ihrer Entscheidung zu bestärken.

ermitteln/bewerten die Teilnehmer*innen ...

- die Kundenwünsche und wenden die Kenntnisse über Kaufmotive verkaufsfördernd an.
- die Kosten-Nutzen-Relation verschiedener Werbemaßnahmen. Wählen wirksame Werbeträger aus und erstellen diese mit geeigneten Gestaltungsmitteln selbst. Berücksichtigen dabei wirtschaftliche, rechtliche und ethische Gesichtspunkte, ökonomische, ökologische und ästhetische Grundsätze.
- den Erfolg von Werbemaßnahmen (ggfs. beurteilend)

5.2 Abschlussarbeit

- Während des Lehrgangs die Teilnehmer*innen eine Maßnahme der Verkaufsförderung (ggfs. für den Betrieb geeignete Aktion) aus.
- Sie planen im Team zielgruppengerichtet ein Marketingkonzept, wählen dazu Produkte nach sensorischen, ökonomischen und ökologischen Aspekten aus.
- Die Maßnahme wird beworben, sie präsentieren verkaufsfördernd und organisieren den Verkauf.
- Sie führen aktionsbezogene und verkaufstypische Berechnungen durch.
- Die Teilnehmer*innen beurteilen den Erfolg der Maßnahme insbesondere unter dem Aspekt der Umsatzsteigerung und der Kundenzufriedenheit.

5.3 Zusammenfassung – verpasse die Chance nicht:

- Online-/nebenerwerbs/-berufliche Weiterbildung, 3 - 6 Std/Woche, in 6 - 12 Monaten
- Förderung der persönlich-individuellen Talente für den Fachverkauf Bier/Getränke
- Netzwerkaufbau in einem Kreis von Gleichgesinnten

- Bequem von zu Hause/vom Büro aus
- Mit Einblicken in die lebendige, überregionale Branche, auch über deren Tellerrand
- Mit Einzel-, Team- und Gruppenarbeiten:
 - Lehrgangsabend mit moderierter Verkostung, Braukurstag mit „Mein Kurs – Bier“
 - individueller Abschlussarbeit Fallstudie: „Aus der Praxis – Für die Praxis“
- Fachverkäufer*in mit Zertifikat

Anhang: Beiträge aus dem Magazin Bier & Brauhaus

Das Zusatzsortiment

Aus: [Magazin Bier & Brauhaus, Ausgabe 54 Sommer 2-2022](#)

*Der ab Herbst diesen Jahres beginnende Weiterbildungslehrgang zum/zur Fachverkäufer*in Bier/Getränke besteht aus 12 Modulen (angelehnt an Lernfelder) mit jeweils in der Anzahl unterschiedlichen Veranstaltungseinheiten (Webinare). Die Lehrgangsstruktur ist angelehnt an den Ausbildungsberuf zum/zur Fachverkäufer*in im Lebensmittelhandwerk. Die einzelnen Veranstaltungsinhalte sind selbstverständlich konsequent auf die Bedürfnisse im Bier-/Getränke-Fachverkauf angepasst. Hier folgend ein Beispielauszug aus einem Modul.*

Modul 5: Waren kundenorientiert verkaufen

Als Auftakt für jedes Modul gibt es eine Einstiegsveranstaltung. Das kann eine Übersicht oder Zusammenfassung der einzelnen Webinare sein, angrenzende oder auch über den „Glasrand“ hinausweisende Themen sein. Aus unterschiedlichen Gründen erfolgt der Einstieg hier beim Modul 5 mit einem Webinar zum Thema **Kreativitätstechniken**. Um sich im harten Wettbewerb im Markt zu behaupten, braucht es nicht selten kreative Ansätze, speziell wenn es um die Kundenorientierung geht. Es werden verschiedene Kreativitätstechniken vorgestellt, anhand von Beispielen aus der Praxis ausgewählt und angewendet.

Das gesamte Modul 5 besteht dann im Weiteren aus insgesamt sechs Webinar-Veranstaltungen:

- Angebot von Bier
- Angebot von Getränken
- Marketingaktionen für Bier und Getränke
- Anforderungen an die Bier- und Getränkequalität
- Warenkunde – Warenpräsentation, sowie

Webinar 5.6.: Angebot von Zusatzsortimenten

Auch für dieses Webinar gilt eine strukturierte Vorgehensweise. Zunächst wird das Zusatzsortiment in Food und Non-Food unterschieden, also z.B. die Snacktüte im Kassenbereich und die klassische Grillkohle als Palettenware, die häufig im Sommer auch in Getränke Einzelhandelsgeschäften anzutreffen ist. Eine weitere Unterscheidung erfolgt in

Konsumgüter (generell Lebensmittel und besagte Grillkohle) und Investitionsgüter, das könnten z.B. Gläser oder auch Bücher sein.

Wenn generell der Getränke-Einzelhandel auch hier den größten Raum einnimmt, so bekommen immer auch alle Absatzmärkte für Bier/Getränke, also hier neben Handel auch Gastronomie und Events, ihre Aufmerksamkeit mit praxisorientierten Beispielen.

Zur thematisch-inhaltlichen Abgrenzung dieses Webinars sei noch erwähnt, dass z.B. Service-/Dienstleistungen des Betriebes hier nicht zum klassischen Zusatzsortiment gehören, das wird an anderer Stelle genauer behandelt. Auch die mehr oder weniger kreativ-klassischen Kistenbeigaben sind Teil des Marketings und nicht als Zusatzsortiment zu verstehen.

Neben den saisonalen Gegebenheiten (z.B. Sommer: Grillkohle, Winter: Streusalz) sorgen lokale und regionale Unterschiede im Live-Webinar sicher für eine interessante Abwechslung und frische Impulse.

Der Fachverkauf beginnt mit der richtigen Auswahl aus den schier unerschöpflichen Möglichkeiten:

- Neben Streusalz im Winter könnte man auch Wellnessprodukte wie Hopfen-Bade- oder Peelingsalz anbieten. Gegebenenfalls auch gleich neben dem Klosterbier Produkte aus der Klosterküche, haltbare Chutneys, Senf, Honig, Treberbrot-Backmischung, Hopfenteemischung und Biernudeln
- Vielleicht mag ja auch die örtliche Feuerwehr als Praxis-Übungsthema zur Brandbekämpfung die Grillkohle auch mal selbst herstellen. Das wären ja gleich einige Events, bei denen ja auch der Durst gelöscht werden muss. Baum fällen, das Köhlern an sich, Grillkohle verwenden/verkaufen, neuen Baum pflanzen ... Für eine kleinere Aktion fängt man vielleicht besser mit lokalen/regionalen Räucherspänen an.
- Als Zusatzsortiment für Brauereien ist Whisky weiterhin im Kommen. Nicht weniger aufwendig und attraktiv zugleich ist z.B. für Gasthausbrauereien eine Kaffeerösterei (oder zumindest die Zusammenarbeit mit einer solchen), um z.B. das im wahrsten Sinne des Wortes Tagesgeschäft anzukurbeln.
- Rein optisch macht ein leicht ausgehöhlter Schaumkuss mit einem Eierlikör drin echt was her, geschmacklich könnte man sicher auch andere Food-Pairing-Angebote für die Kundschaft anbieten.

Zusatzsortiment: Ein Webinar-Thema, was Spaß macht, bei dem man sich herrlich austoben kann und auch so machen. Die eigentlichen Aufgabenstellungen im Detail liegen dann wieder in anderen Webinar-Themen (Beschaffung, Kundenansprache ...).

Bei Bier und Getränken verhält es sich wie beim Grillfleisch: Jeder hat so seine Vorlieben. Am Ende kommt es auf die Beilage bzw. das Zusatzsortiment an.

Die Rohstoffe fürs Bier

Aus: Magazin Bier & Brauhaus, Ausgabe 55 Herbst 3-2022

*Im schulischen Teil der Berufsausbildung Fachverkäufer*in im Lebensmittelhandwerk beträgt der herstellungsbezogene Anteil ca. 20 % vom Lernstoff. So handhaben wir es auch beim Lehrgang zum/zur Fachverkäufer*in Bier/Getränke, das heißt bei mindestens 50 Webinar-Einheiten sind 10 der reinen Herstellungspraxis gewidmet. Davon sind mindestens 4 (Wasser, Malz, Hopfen, Hefe) für die einzelnen Rohstoffe fürs Bier vorgesehen.*

Die Rohstoffe spielen keine Rolle im Verkauf? Weit gefehlt. Um Unbekanntes bekannt zu machen, nutzt die derzeit größte Braustätte in Deutschland schon seit den 1960er Jahren in der Werbung: „Mit Felsquellwasser gebraut“. Eine andere große Braustätte nutzt Siegelhopfen als Qualitätsstrategie (nicht nur als Marketing-Idee). Das mit der notwendigen Absatzwirtschaft obliegt dann wohl gerne dem/der Fachverkäufer*in Bier/Getränke. Je nach Bedarf wird im Lehrgang auf die verschiedensten Rohstoffe für Getränke eingegangen, hier speziell auf die klassischen Rohstoffe fürs Bier.

Ganze Biertypen und -stile wären ohne Rohstoffbezug undenkbar, man denke an Pils, Weizen, India Pale Ale, klassische Bezeichnungen wie Münchner oder Dortmunder Typ. Für nahezu alle Getränke ist Wasser die essenzielle Basiszutat und wird zudem für viele weitere Schritte in der Getränkeherstellung gebraucht. Das sollte also im Fachverkauf eine Rolle spielen, und so ist es dann auch. Der Teufel steckt dabei wohl im Detail, denn in der Regel entscheidet sich der Kunde innerhalb von wenigen Sekunden, das will im Fachverkauf also gut vorbereitet sein.

Das Webinar 3.0: Die Rohstoffe fürs Bier ist ein kostenloses, frei zugängliches Live-Webinar. Ein Bonus sozusagen, zu dem auch Nicht-Lehrgangsteilnehmer wie z.B. Getränkehersteller, aber auch Konsumenten herzlich eingeladen sind. Wir sprechen über Kauf- und Trinkanlässe „auf Rohstoffbasis“ in den Absatzmärkten. In bisher schon vielen hundert Seiten im Magazin *Bier & Brauhaus* sind auch dort die Rohstoffe fürs Bier eine „natürlich“ essenzielle Rohstoffgrundlage für Beiträge.

Einfach Bier? Weit gefehlt! Grundlage, Aroma, Körper, Farbe, Schaum ... nichts geht ohne die richtigen Rohstoffe fürs Bier.

Wasser, Malz, Hopfen und Hefe sind neben Brauwissen und Geräteausstattung ohne Zweifel die wichtigsten Grundpfeiler für das Bier. Auswahl und Einsatz der Rohstoffe sind hauptverantwortlich für die individuelle und regionale Bierstilausprägung. Gleichzeitig bieten sie eine unerschöpflich-spannende Vielfalt.

Dieses Webinar für Hobby und Gewerbe im Lebensmittelhandwerk – präsentiert von Markus Harms vom Magazin *Bier & Brauhaus* – gibt eine Übersicht über die Rohstoffe, deren individuelle Besonderheiten und Einsatzmöglichkeiten. Es bietet einen Grundlagenüberblick, Antworten darauf, welchen Einfluss die Rohstoffe haben und wieviel Anstrengung für Qualitätsprodukte notwendig ist.

Das Webinar richtet sich an ambitionierte Hobby- und Handwerksbrauer ebenso wie an interessierte Konsumenten.

Wasser

Trinkwasser = Brauwasser, so einfach ist es selbst bei oberflächlicher Betrachtung bekanntlich leider nicht. Wasser ist ein knappes Gut, auch wenn es hierzulande nahezu kostenlos aus dem Hahn kommt. Für Heil- und Mineralwasserprodukte ist schon alles drin, vor allem im Fachverkauf in einigen Regionen der mögliche Wettbewerb zum heimischen Getränkesprudler (Aufkarbonisierung). Einige Braustätten nehmen erhebliche Anstrengungen (und damit Kosten) auf sich, um das Brauereiprodukt passend für den Konsumenten zu machen.

Malz

Der sehr energieintensive Mälzungsprozess, zudem hoher Wasserbedarf und die hohe Einsatzmenge machen den Mälzungsbetrieben zu schaffen. Auf der anderen Seite sind gerade in den letzten Jahrzehnten die allgemeine Qualität und vor allem auch die Angebotsvielfalt gestiegen. Spezialmalze bringen nicht nur die Farbe ins Spiel. Auf einigen wenigen Bierflaschen im Markt ist bereits die Braugerstensorte aufgeführt. Vom Landwirt zum Brauer, oftmals als Industriemassenprodukt, bietet es gerade im Lebensmittelhandwerk viele Möglichkeiten, nicht nur für Bier und Whisky.

Hopfen

Da wir dem Magazin *Bier & Brauhaus* glauben: Ein/das Trendthema der letzten Jahre. Ähnlich wie Wein wächst Hopfen nicht überall, was die authentische Aufnahme der Region als Lebenseinstellung (nicht Trend, der wieder vorbeizieht) im Fachverkauf ein bisschen abweichend gestalten könnte als bei anderen Rohstoffen. Hopfen, für den handwerklichen Brauer im Einsatz wie das Gewürz des Kochs, ist weit mehr als das Salz in der Suppe. Relativ einfach gegenüber anderen Rohstoffen lässt sich hier eine ungeheure Vielfalt und damit ein Alleinstellungsmerkmal im Produkt erzeugen, was sich wunderbar im Fachverkauf wertsteigernd umsetzen lässt.

Hefe

Die lebendige Diva unter den Rohstoffen im Bier. Das aufgrund der Menge vielleicht ähnlich wie Hopfen eher als Hilfsstoff zu bezeichnen, könnte einen Abwertungseindruck beim Konsumenten zur Folge haben. Im Gegensatz zu „einfach Backhefe“ beim Bäcker hat der Brauer – und damit auch der Fachverkäufer – ein ungeheures Potenzial an geschmacklicher Vielfalt am Start. Auf einigen Gebinden steht die Hefe nicht mehr als Zutat, auf der anderen Seite macht Hefe weit mehr als Hefeweizenbier trüb.

Eine Kernfrage, die wir in diesem Webinar nachgehen: Was steckt drin im Rohstoff, den wir für den Fachverkauf im Sinne des Kunden/Konsumenten nützlich einsetzen können?

Allen gemein ist den Rohstoffen fürs Bier, dass schon jeder für sich eine ungeheure Bereitschaft zur Getränkevielfalt mit sich bringt. Eine bunte Spielwiese auch für den Fachverkauf. Das fängt gerne mit Bildern auf Flächen wie Wänden oder auf Fahrzeugen an, verschriftliche Informationen am Verkaufsregal dazu muss nicht das Ende sein. Auch wenn man vermeintlich alles über Bier weiß, gibt es auf einer Rohstoff-, also quasi ungeschliffenen Reise immer wieder Neues zu entdecken. Herzliche Einladung dazu.

Grundwissen E-Commerce und Social-Media

Aus: Magazin Bier & Brauhaus, Ausgabe 55 Herbst 3-2022

Digitalisierung ist ein Monsterthema, längst kein Modetrend mehr, sondern allzu oft durch das Leben in „Amazonien“ beeinflusst. Zu Weihnachten heißt es dann schon mal „Was ich online nicht kaufen kann, brauche ich nicht“.

*Mittlerweile ist Kaufmann/-frau im E-Commerce ein eigener Ausbildungsberuf, diverse Lehrgänge zu Online-Marketing und Social-Media-Manager*in belegen die Komplexität des Themas.*

Innerhalb weniger Minuten Online-Suche kann man stundenlange Online-Webinare zu dem Thema im Internet finden.

*Im Lehrgang Fachverkäufer*in Bier/Getränke beschäftigen wir uns auch aufgrund der eher noch untergeordneten Absatzmarktrolle für Lebensmittel, speziell im Bereich Bier/Getränke, auf das Grundlagenwissen.*

Das Lehrgangsmodul 2 ist geprägt von Grundlagenwissensvermittlung und Begriffserklärungen aus der Praxis für:

- Marketing
- Werbung
- Beraten im Fachverkauf
- Kundenorientierter Fachverkauf und als Modulabschluss eben

Webinar 2.5: Grundwissen E-Commerce und Social Media

Das Thema **E-Commerce** erarbeiten wir uns über die Absatzmärkte von Bier und Getränken: Im Einzelhandel z.B. über die zunehmende Anzahl von Online-Brauereishops (Direktvertrieb), diese oft als klassische Geschenke-Shops oder auch zur praktischen Abwicklung von Geschäftspartneranfragen (Sondereditionen, Bierdeckel, Gläser ...). Trennen sollte man hier noch einmal zwischen eigenen Shops und Marktplatz-Präsentationen (Amazon, eBay ...).

Im Gastronomie-Bereich erlebte der E-Commerce mit der Corona-Pandemie einen zwangsweisen Boom über Lieferdienst- bzw. Abholserviceangebote. Vorgekühlte Getränke und frisch gezapftes Bier über Lieferdienst wird wohl nicht nur im ländlichen Raum über E-Commerce-Kanäle wie Apps noch für lange Zeit ein Randthema bleiben. Social-Media-Kampagnen, um die Kunden/Gäste in die analoge Präsenzwelt des Betriebes zu locken, sind für gewisse Zielgruppen hingegen schon nahezu ein „must have“.

Speziell für größere Veranstaltungen kann diese Form der Digitalisierung durchaus schnell weitere Entwicklungsstufen nach oben nehmen, wie der Artikel aus Seite 10/11 zum Wacken Open Air dieser Ausgabe zeigt. Ein Ticketshop für z.B. moderierte Bier- oder Whiskyverkostungen oder Eintrittskarten ist in diesem Bereich ja nahezu schon Standard.

Insgesamt zeigt sich hier ganz gut, dass klassische Grenzen wie Online und Präsenz, Analog und Digital immer mehr miteinander verschmelzen: Einzelhändler mit Gastronomieangeboten, Online-Shops finden sich selbstverständlich auf einer Homepage, Gastronomiebetriebe werden Veranstalter, selbstredend auch mit Online-Einzelhandelsangeboten. Die derzeitige Wiederentdeckung der Dose als eine sehr gut versandgeeignete Verpackung bekommt eine auf lange Sicht sicher wachsende Bedeutung

für Bier und Getränke; allgemein weisen Lebensmittel ein insgesamt eher niedriges Marktbedeutungsniveau im E-Commerce auf. Im Webinar gehen wir selbstverständlich auf die Profis (in der Regel Getränkegroß- und -einzelhändler in Im- und Export) und E-Commerce-Spezialisten ein.

Die allgemein wichtigsten E-Commerce-Grundlagen im Überblick:

- Identifiziere deine Zielgruppe.
- Wähle das richtige Sortiment für diese Zielgruppe aus.
- Entwickle eine relevante Kundenansprache.
- Behalte die Kennzahlen im Blick.
- Habe die bestmöglichen Produktbeschreibungen und -bilder parat.
- Mach deine Kunden*innen durch schnelle Lieferung und guten Service glücklich.
- Baue eine Beziehung zu den Kunden*innen auf.
- Mache den Einkauf für Kunden*innen so einfach wie möglich

Grafik: **Onlinehandel braucht digitale Fitness**



Quelle: Frank Rehme, Quickstart Online

Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht

Auch wenn der E-Commerce für Bier/Getränke heute noch eine eher untergeordnete (oder gar keine) Rolle im Gesamtumsatz spielen sollte, ist ein persönlicher Beziehungsaufbau im Fachverkauf selbstverständlich. Dieser läuft hier halt online, z.B. über **Social Media**. Ein eigenes Online-Monsterthema, dem wir in diesem Webinar-Baustein zweifelsohne den Schrecken nehmen werden. Mit unserer Praxiserfahrung beim *Bier & Brauhaus*-Magazin nehmen wir uns speziell die inhaltliche (redaktionelle) und klassische Pressearbeit an vielen Beispielen aus der Praxis und auch in der Theorie der klassischen Social-Media-Plattformen vor.

Die Redaktions- und Pressearbeit gehört im Fachverkauf nicht zur alltäglichen Arbeit. Dennoch gehört die Öffentlichkeitsarbeit zum Geschäft: Schließlich liegt es im Eigeninteresse

des Herstellers/Produzenten und Verkäufers, die Qualität der eigenen Biere und Getränke bekannt zu machen. Eine strukturierte Vorgehensweise ist da hilfreich. Für das Webinar im Lehrgang bedeutet das:

- Stallgeruch: Redaktionsalltag beim Magazin *Bier & Brauhaus*
- Lehrbuchwissen: journalistisches Selbstverständnis, Redaktionsstruktur- und -abläufe, Begrifflichkeiten,
- Pressemitteilungen als wichtiger Baustein
- Social-Media-Fallstricke: Themen und Termine, Bilder und Quellen ...

Für den Social-Media-Bereich in diesem Webinar unterstützt uns eine Co-Moderatorin: Angela Weiß ist im journalistischen Bereich professionell ausgebildet und hat Praxiserfahrung bei Tageszeitungen, Film- und Fernsehproduktionen. Als freie Multimediajournalistin ist sie langjährige Autorin des Magazins *Bier & Brauhaus* und arbeitet in der Online-Redaktion einer Landesrundfunkanstalt der ARD.

Ziel ist: Wie mache ich mein Bier- und Getränkeangebot bekannter und werde vielleicht selbst zu einem Thema in den Medien? Presse- und Öffentlichkeitsarbeit geht vielen Unternehmen der Branche nicht so einfach von der Hand. Wir erklären, worauf es ankommt.

E-Commerce und Social Media, gestern noch ignoriert, heute weiterhin stiefmütterlich behandelt und morgen vielleicht schon überlebenswichtig für das Unternehmen. Ein spannendes und stetig aktuelles Thema.

Als (freiwillige) Übungsaufgabe für diesen Bereich: die Erstellung eines Social-Media-Redaktionsplanes. Das Erstellen eines Webshops wäre aufgrund der Komplexität eher ein Thema für die Lehrgangsabschlussarbeit.