Kulmbacher Bierwoche: la cultura della birra si impara in Franconia

20240801221803img-2687-b047ee2d

C'è un luogo, in **Franconia** (Baviera settentrionale, (tre ore circa di auto da Monaco), dove la birra diventa sinonimo di cultura, territorio e passione per il proprio lavoro. A farsi ambasciatrice di questo mix unico, in Germania e all'estero (Italia in primis), è un'azienda come Kulmbacher che nel corso degli anni ha saputo raccogliere l'eredità di una serie di piccoli birrifici cittadini fino a diventare un colosso da oltre 250 milioni di euro di fatturato annuale.

Non è dunque un caso che proprio a Kulmbach, sotto le collina dominata dall'imponente **Fortezza di Plassenburg**, la birra viene celebrata nel migliore dei modi durante la **Kulmbacher Bierwoche** - quest'anno arrivata alla 73esima edizione, in corso di svolgimento fino al 4 agosto - capace ogni anno di richiamare oltre 100mila appassionati (tra cui una folta delegazione tricolore guidata dal team del Gruppo Kulmbacher).

Dopo l'inaugurazione del sabato (prima della spillatura del primo fusto di birra ad opera del sindaco, nella piazza del mercato la cerimonia di apertura ufficiale vede la presenza dei bottai di Kulmbach e della banda cittadina), il cuore dell'evento non può che essere lo **Stadl**, il tipico tendone all'interno del quale, in ognuno dei suoi quattro angoli, vengono serviti la **Kulmbacher Festbier**, la **EKU Festbier**, la **Mönchshof Festbier** e la **Kapuziner Weißbier** (le tre **Fest Bier** vengono prodotte seguendo una ricetta speciale realizzata, ogni anno, dai mastri birrai del **birrificio Kulmbacher**, esclusivamente per la **Kulmbach Bierwoche**).

Nove giorni a tutta birra, dunque. Che per Klumbacher diventano l'occasione per spiegare a clienti e partner il proprio approccio. «*La nostra filosofia vuole tenere alta la bandiera della tradizione. Per questo motivo non abbiamo mai puntato su prodotti trendy, ma abbiamo innovato i prodotti all'interno della classicità*», racconta a *Mixerplanet* il responsabile marketing del Gruppo tedesco, **Chris Heinze**. Da qui la volontà di proporre ad esercenti o grossisti un vero e proprio valore aggiunto, basato sulla cultura birraria come via per "educare" e poi fidelizzare i consumatori.

Lo dimostra, solo per fare un esempio, la presenza anche alla **Kulmbacher Bierwoche** (come già a Rimini in occasione di **Beer&Food Attraction 2024**) di un concept esclusivo come quello del birrificio mobile, composto dalla **Mönchshof BrauSchänke** e dal **Mönchshof BrauMeisterei**

«*In Germania portiamo in giro i due truck molto spesso durante le feste, a Rimini è stata la prima volta quest'anno* - conclude Heinze -. *Si tratta di un concept che, da un lato, richiama la vecchia abitudine di spillare la birra direttamente in casa, per poi passarla e servirla dalla finestra. E dall'altro avvicina tutti gli appassionati al modo in cui si ottiene la birra. A partire dalla conoscenza delle materie prime fino ad assistere alle varie fasi di produzione*».