



Wenn einer eine Reise tut, so kann er was erzählen ...

„Making of“ Messestand des Verbandes Deutscher Hopfenpflanzer und der HVG für die Craft Brewers Conference & BrewExpo in Portland / USA

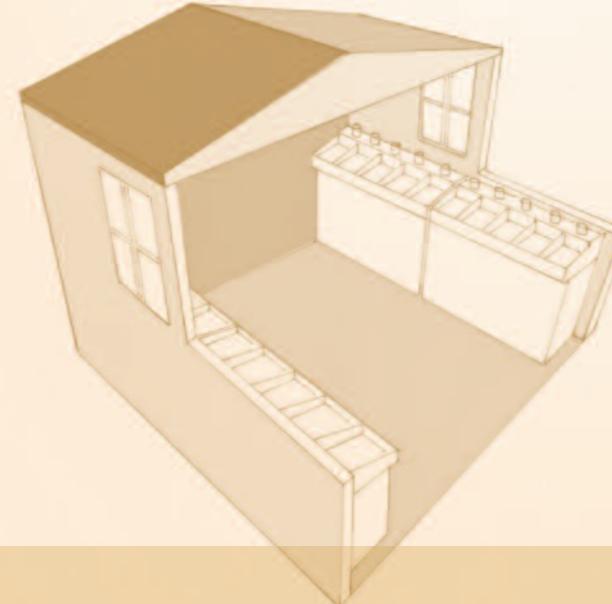
Als auf der letztjährigen Hopfenrundfahrt Dr. Johann Pichlmaier mit der Bitte auf uns zukam, uns Gedanken zu einem künftigen Messestand für die Craft Brewers Conference & BrewExpo zu machen und ein geeignetes Konzept vorzulegen, lag die Messe noch in beruhigender weiter Ferne. In den letzten Jahren stellte sich der Verband mit einem Faltdisplay, verschiedenen Rollups, Infoflyern und schlichten Tischen zur Präsentation der unterschiedlichen Hopfenmuster dar. Alles musste jedesmal rechtzeitig per Luftfracht auf die Reise geschickt werden und durch Transport und häufiges Auf- und Abbauen sahen die Elemente mittlerweile nicht mehr sehr werbewirksam aus.

When you go a-traveling, you can tell a story ...

“Making-of“ of the booth of the German Hop Growers Association and the HVG for the Craft Brewers Conference & BrewExpo in Portland/USA

When Dr. Johann Pichlmaier approached us on last year's hop tour with the request to think about a future trade fair booth for the Craft Brewers Conference & BrewExpo and present an appropriate concept, the fair was a comforting long time away. Over the past years, the association's booth comprised a folding display, various roll-up banners, info flyers and simple tables for presenting hop samples. Each time everything had to be packed up and dispatched in good time by air freight and then set up again at the trade fair.

The frequent transport and assembly/disassembly and time in general had begun to take their toll on the elements so that in the meantime they had lost their eye-catching effect.

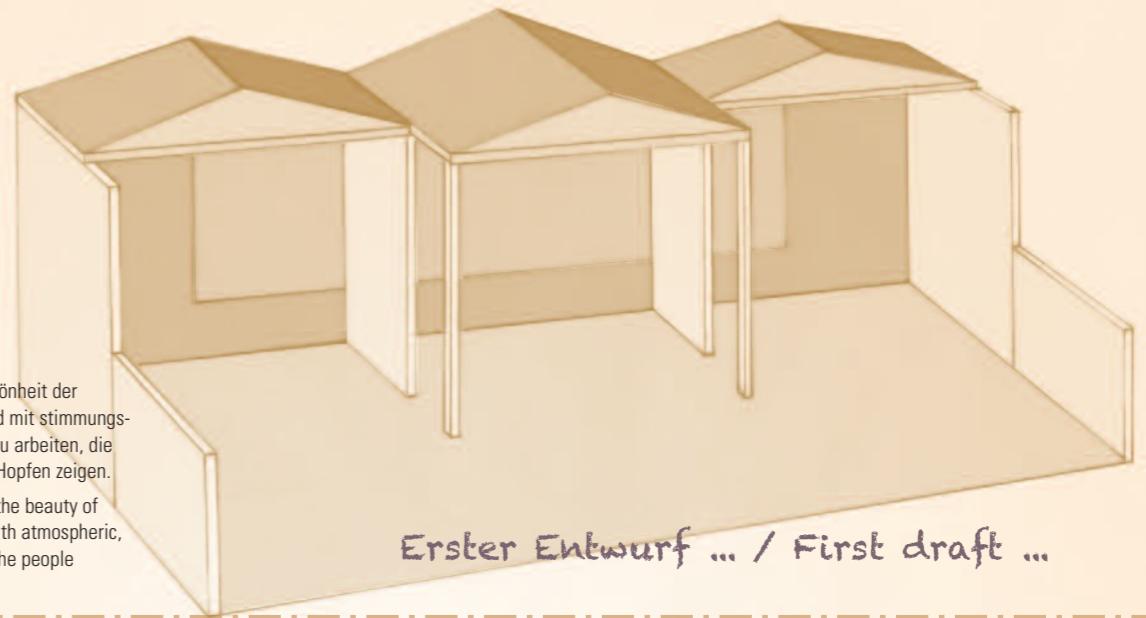


Ansicht des HVG-Standes, der analog zum Stand des Verbandes Deutscher Hopfenpflanzer geplant wurde.

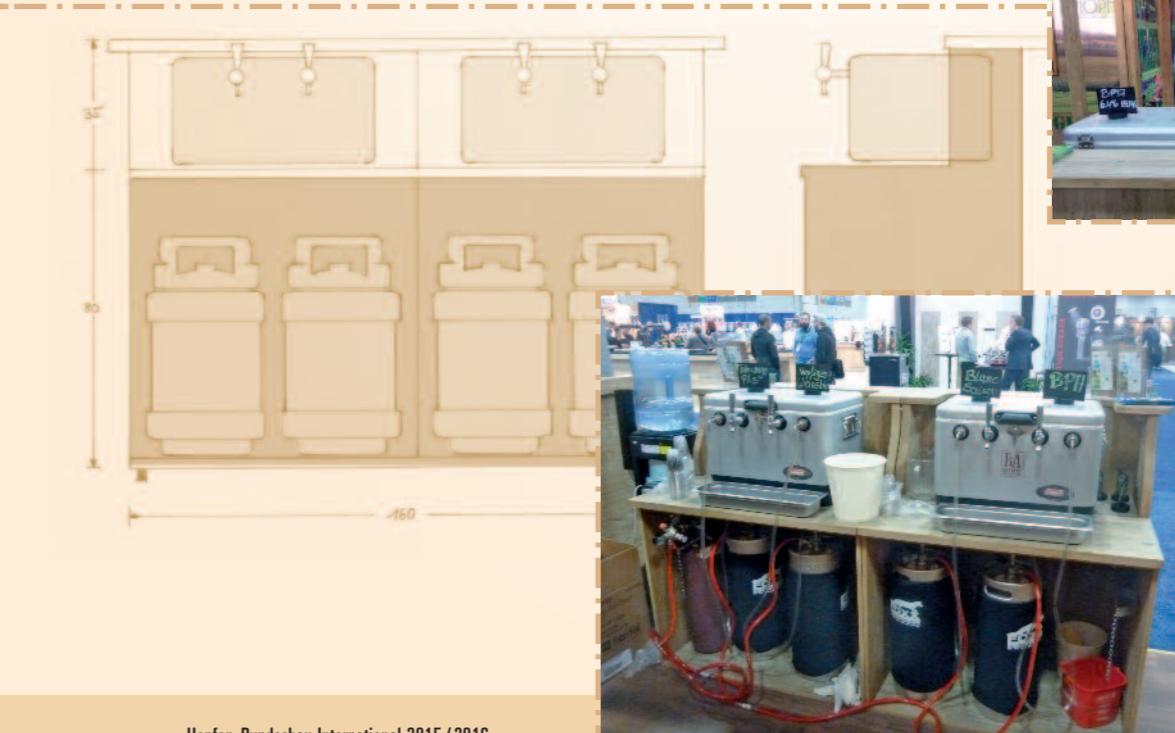
View of the HVG booth which has the same design as that of the German Hop Growers Association.

Das Konzept sah vor, die Schönheit der Hallertau zu präsentieren und mit stimmungsvollen, emotionalen Bildern zu arbeiten, die die Menschen „hinter“ dem Hopfen zeigen.
The concept was to present the beauty of the Hallertau and working with atmospheric, emotional pictures to show the people behind the hops.

Erster Entwurf ... / First draft ...



Zwanzig Hopfensorten können in den Fächern der Mustertische präsentiert werden. / Twenty hop varieties can be presented on the sample tables.



Die Theke bietet Platz für vier Kegs.
Die Tafel an der Wand gab den Gästen einen Überblick über die verwendeten Hopfen, IBUs und den Alkoholgehalt.

The counter can take four kegs.
The panel on the wall gave the visitors an overview of the hops used, IBUs and the alcohol by volume.



Der Container wurde pünktlich um sieben Uhr morgens angeliefert und die Ausladeaktion konnte beginnen.

The container arrived on time at seven in the morning and the unpacking could begin.

Das neue Konzept sah nun vor, die Messebesucher nicht an der Tischkante zu beraten, sondern sie in einem offenen und repräsentativen Messestand zu den einzelnen Hopfensorten zu führen, so besser ins Gespräch zu kommen und den Gästen als Krönung die gerade bonitierten Hopfen in einem schmackhaften Bier zu kreuzen. Dafür wurde die „Beer Station“ in eine ansprechende Theke eingebaut.

Zusätzlich sollte die Hallertau und die anderen deutschen Anbaugebiete richtig in Szene gesetzt werden und mit stimmungsvollen, emotionalen Bildern zum Verweilen einladen. Wichtig war es uns, den Menschen zu zeigen, der den Hopfen anbaut und hinter dem Produkt steht. Und weil die Amerikaner den Alpenraum lieben, lag die Idee sehr nahe, eine bayerische Hütte in Holzbauweise aufzubauen. Nachdem Helmut Pokorny (Pokorny Design aus München) sich genauestens mit den strengen Vorgaben der Messegesellschaft auseinandergesetzt hatte und den Stand mitsamt Beer Station bis ins kleinste Detail konzipiert hatte, konnte der Schreiner Hermann Sedlbauer aus Allershausen sich ans Werk machen, die Elemente zu fertigen.

Der Stand besteht aus mehreren Modulen, die man sich wie einen großen Baukasten vorstellen kann, dessen Teile ähnlich wie bei IKEA-Schränken mit Haken und Feststellschrauben verbunden werden und ziemlich einfach aufzubauen sind.

Weiter sah das Konzept vor, dass der Messestand in den USA verbleiben solle und bei der Victory Brewing Company in Pennsylvania eingelagert wird. Als feste Herberge bekam der Stand einen eigenen Container, der einfach durch die USA transportiert werden kann. **So weit, so gut.**

Planung und Ausführung waren Ende Februar 2015 abgeschlossen und die Verschiffung stand bevor. Der Container wurde in Allershausen von „Stauern“ professionell und platzsparend gepackt, vor Ort verplombt und reisefertig gemacht. Von da an begann das Abenteuer.

Erste Station Hamburg. Wegen Streiks der Dockarbeiter in New York entschied man sich für eine Verfrachtung über Montreal/Kanada.

Unser gebuchtes Schiff konnte wegen starker Eisschollenbildung im Sankt-Lorenz-Strom nicht auslaufen und der Container musste mit Zeitverzug auf ein stärkeres Schiff umgeladen werden.



The new concept is designed not for consulting visitors at a table, but for guiding them round an open and representative trade fair booth to the different hop varieties and thus better engage them in conversation. The crowning moment is to serve the guests a tasty beer brewed with the hops just assessed. For this we built the "beer station" into an attractive counter.

Furthermore, the Hallertau and the other German hop growing regions are to be showcased with atmospheric, emotional pictures inviting visitors to linger. It was important for us to show the person who grows the hops and stands behind the product. And since Americans love the Alpine region, it didn't take long for us to think of erecting a Bavarian-style wooden chalet. Once Helmut Pokorny (Pokorny Design, Munich) had genned up on the rigorous requirements of the trade fair enterprise and designed the booth and beer station down to the very finest detail, the cabinetmaker Hermann Sedlbauer from Allershausen could start making the various elements. The booth consists of modules which are joined together with bolts and locking screws similar to IKEA cupboards and they are quite easy to assemble.

The design also provided for the booth to remain in the USA, in storage at the Victory Brewing Company in Pennsylvania. The booth was thus to receive its own container for easy transport across the USA. So far, so good.

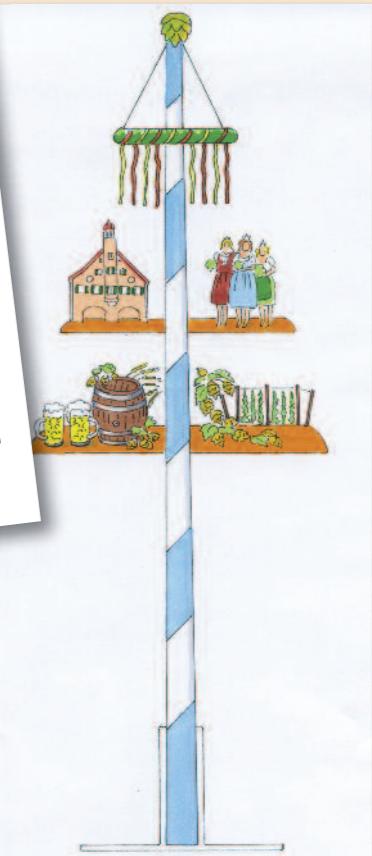
Planning and implementation were completed by the end of February and then came the shipping. The container was professionally packed in Allershausen, sealed and made ready for the journey. That is when the adventure began.

First stop Hamburg. Because the dockers were striking in New York it was decided to ship via Montreal/Canada.

The ship we had booked could not leave because of a build-up of ice floes in the Saint Lawrence River and the container had to be reloaded onto a stronger vessel with ensuing delays.

Our shipping agent Stephan von Rohr, Customer Service of the OLE Oceanwide Logistics Europe GmbH, took care of the safe forwarding of the trade fair booth with all due respect and caution.

Die Skizze und der fertige Maibaum / The sketch and the finished maypole



Unser Schiffsagent Stephan von Rohr, Customer Service der OLE Oceanwide Logistics Europe GmbH, kümmerte sich zuverlässig und umsichtig um das sichere Fortkommen des Messestandes.

Nach glücklicher Ankunft in Montreal ging die Reise mit der Bahn durch Kanada weiter zum finalen Bestimmungsort nach Portland in Oregon/USA. Anschließend folgte eine reibungslose Zollabfertigung, was im Verband mit großer Erleichterung aufgenommen wurde!

Inzwischen war das Team der HVG und des Verbandes vor Ort angekommen und der Aufbautag begann um sieben Uhr morgens. Nur die Hopfenkönigin Johanna Reith durfte ausschlafen, mit Genuss leckere Zimtwaffeln frühstückten und Portland erkunden.

Beim Entladen des Containers mussten alle mit anpacken, denn wie man uns erklärte, dürfen Staplerfahrer nur palettierte Waren oder Kisten aufnehmen.

Der Aufbau der beiden Stände lief relativ zügig ab, da wirklich alles akribisch geplant war und somit bestens

After safe arrival in Montreal the journey continued by rail through Canada to the final destination of Portland, Oregon, USA. Custom formalities went off smoothly, which drew a huge sigh of relief from all concerned!

In the meantime the combined HVG and association team was on site and the assembly day started at seven in the morning. Only the hop queen Johanna Reith was allowed to finish her beauty sleep and after enjoying cinnamon waffles for breakfast she took a look around Portland.

Everyone had to help unload the container, because we were informed that fork-lift truck drivers were only allowed to handle goods on pallets or in crates.

The two booths were assembled relatively quickly because everything had been meticulously planned and so everything fitted to a tee. Unpack the furniture, lay out the

► Otmar Weingarten (rechts) und Hermann Sedlbauer montieren das Dach des HVG-Standes.

Otmar Weingarten (right) and Hermann Sedlbauer assembling the roof of the HVG booth.

▼ Der Slogan „Hops from Germany“ ist überzeugend und authentisch.

The slogan "Hops from Germany" is convincing and authentic.





Das Highlight des Aufbaus: Maibaum aufstellen

Highlight of the installation: the erection of the maypole

Ansicht der 12 m langen Messewand für die Hospitality Suite
View of the 12-meter long exhibition wall for the Hospitality Suite



passte. Mobiliar auspacken, Werbematerialien auslegen, Give-aways verstauen, Hopfenmuster vorbereiten und die 12 m lange Messewand in der Hospitality Suite aufbauen – damit war der Rest des Tages gut ausgefüllt. Das Highlight war natürlich das Aufstellen unseres 4,5 m langen Maibaums in der Hospitality Suite. Da ham's g'schaut, die Amerikaner!

Viele intensive Gespräche am Messestand des Verbandes Deutscher Hopfenpflanzer, zahllose vom deutschen Hopfen begeisterte Brauer und insgesamt rund 13 hl ausgeschenktes Bier zeigten einmal mehr, wie wichtig es war, in den USA am Puls der Craft Brewer-Szene präsent zu sein.

Einen Wermutstropfen gab es dann leider doch noch, als am Abbautag Otmar Weingarten eine astronomisch hohe Rechnung vom Messelosistiker Freeman überreicht bekam. Für alle denkbar möglichen Leistungen des Logistikers wurden hier jeweils die Höchstsätze verrechnet. Ohne Begleichung der Rechnung wäre der Container nicht zum Beladen angeliefert worden. Um den Verband nicht als Messekunden und Sponsor zu verlieren, legte sogar Charlie Papazian, der Präsident der Brewers Association, bei Freeman sein ganzes Verhandlungsgeschick an den Tag und die Rechnung wurde nach unten korrigiert. Darauf stießen wir am Abend mit mindestens einem IPA, vielleicht waren es auch mehrere, an.

Fazit

Wie mittlerweile den meisten bekannt sein dürfte, boomt die amerikanische Craft Brewer-Szene enorm. Das war auf der BrewExpo, die an die Craft Brewers Conference angeschlossen ist, ebenfalls deutlich zu spüren.

Mit über 10 000 registrierten Besuchern ist die CBC die wichtigste Veranstaltung für Brauer und Brauindustrie in den USA. Auf rund 23 700 m² Ausstellungsfläche präsentierten sich heuer bereits 600 Aussteller. Im Vorjahr waren es zum Vergleich noch 490. Die Messestände sind inzwischen professionell gestaltet und die Zeit der improvisierten und „handgestrickten“ Stände geht ihrem Ende entgegen.

Somit war es für den Verband der ideale Zeitpunkt, hier mit einem neuen Konzept an den Start zu gehen. Die

CBC ist ein ungeheuer wichtiges Marketinginstrument für den Verband Deutscher Hopfenpflanzer. Hier wird Interesse am deutschen Hopfen geweckt, fachlich fundiert informiert und mit Qualitätshopfen und dessen Geschmack im Bier überzeugt.

Einen besseren Eindruck kann man nicht hinterlassen.

Carlos Ruiz



advertising material, store the giveaways, prepare the hop samples and set up the 12-meter long exhibition wall in the Hospitality Suite – the rest of the day was well filled. The highlight of course was the erection of our 4.5-meter maypole in the Hospitality Suite. That certainly got many an American double taking!

Many intense conversations on the booth of the German Hop Growers Association, innumerable brewers raving about German hops and altogether about 13 hectoliters of tapped beer once again went to show just how important it is to be present and taking the pulse of the craft brewer scene in the USA.

Unfortunately there was one fly in the ointment when the trade fair logistics specialist Freeman handed over an astronomically high bill to Otmar Weingarten on disassembly day. The highest rates had been charged for every conceivable service of the logistics specialist. If the invoice wasn't paid, the container would not be delivered for loading.

So as not to lose the association as a trade fair customer and sponsor, even Charlie Papazian, President of the Brewers Association, pulled out all his negotiating skills and managed to get Freeman to adjust the bill downwards. This was toasted in the evening as we raised at least one IPA, or maybe it was more.

Conclusion

As we all know in the meantime, the American craft beer scene is booming enormously. This was clearly noticeable at the BrewExpo, which is coupled to the Craft Brewers Conference.

With over 10,000 registered visitors the CBC is the most important event for brewers and the brewing industry in the USA. This year 600 exhibitors presented themselves over an area of about 23,700 m². Last year it was only 490. In the meantime the booths are professionally constructed and the era of the improvised, rough-and-ready booths is definitely coming to an end.

Thus it was an ideal occasion for the association to launch its new concept. The CBC is a formidably important marketing instrument for the German Hop Growers Association. It is here that interest is aroused in German hops, well-founded information imparted and a convincing impression given of their quality and taste in beer.

No more positive an image can be left.

Autorin: Stefanie Pokorny; Fotos: Otmar Weingarten und Pokorny Design;
Zeichnungen: Pokorny Design