



N° 06

AUSGABE FRÜHLING 2024

DER **Waldbote**

Die Zeitung der Privatbrauerei Waldhaus

DIETER TRIFFT ...
Marius Tröndle

Seite 3

PROBIER BUDDIES
Die Reise geht weiter.

Seite 4 – 5

MARKETING-TEAM
Braue Gutes und rede darüber.

Seite 6

VOLLES CRAFT VORAUSS!
Die Waldhaus Selektionbiere

Seite 7



FRISCHER *Wind*

Liebe Waldhaus Freunde,

ich gestehe: Ich bin ein echter Frischluftfanatiker. Kaum etwas belebt mich so sehr wie neue, frische Ideen. Sie bringen Leben in die Bude, wirbeln den Staub des Alltags auf und geben mir die Chance, Dinge in einem neuen Licht zu sehen.

Dabei wirken sie auf den ersten Blick sicher nicht immer wie Rückenwind. Manchmal pfeift mir der Wind auch ganz schön kalt um die Ohren. Denn auch so kann er sein: ungemütlich. Und oft macht er Arbeit. Aber mal ehrlich, deshalb die Schotten dicht machen und sich im Windbreaker verstecken? Das wäre nicht meine Art. Und zudem eine verpasste Chance, etwas zu verbessern.

Genau das haben wir uns bei Waldhaus auf die Fahne geschrieben: den Anspruch, immer besser zu werden. Und eine Fahne braucht – ihr ahnt es schon – frischen Wind. Deshalb sind wir bei Waldhaus seit jeher offen für Neues. Für neue Gesichter, Ideen, Methoden und Innovationen. Und ja, auch für neue Herausforderungen.

Genau das wünsche ich auch euch, liebe Leserinnen und Leser: eine stete Brise frischen Windes. Und den Mut, ihn mit offenen Armen zu empfangen.

Euer Dieter Schmid



Frischer Wind

Wo Tradition auf Innovation trifft.

Alles bleibt, wie's ist? Diese Einstellung war noch nie unser Bier. Als moderne Familienbrauerei bewegen wir uns ständig auf dem Grat zwischen Tradition und Innovation, zwischen Altbewährtem und Neuem. Und so schmal dieser Grat auch sein mag, führt er uns doch fast immer zu ungeahnten Höhen. Auf dem Weg dorthin lassen wir uns gerne den frischen Wind um die Nase wehen und sind gespannt auf alles, was kommen mag.

Über 190 Jahre und vier Generationen Brauereigeschichte spiegeln sich in dem wider, was Waldhaus heute ist. Vieles von dem, was wir tun, kann mit Fug und Recht als Familien- und Brautradition bezeichnet werden. Dennoch sind wir alles andere als festgefahren. Sätze wie „Das machen wir schon immer so.“ fallen in unseren heiligen Hallen so gut wie nie. Und wenn doch, dann sind sie wohlüberlegt und voller Stolz. Denn in diesem Fall meinen wir: „Das machen wir noch immer so.“ Weil es damals gut war und auch heute noch gut ist.

Das machen wir noch immer so

In diese Kategorie fällt allem voran unser hoher Qualitätsanspruch. Alles, was wir tun und brauen, folgt unserem unstillbaren Durst nach Vollkommenheit. Deshalb brauen wir zum Beispiel noch immer in Kupferkesseln und mit Naturhopfen. So, wie es schon der Urururgroßvater des Brauerei-Chefs Dieter Schmid vor über hundert Jahren getan hat. Warum? Weil es bis heute das beste, qualitativ und geschmacklich hochwertigste Verfahren ist, das es gibt. Und damit auch seine Daseinsberechtigung im Hier und Heute hat.

Getestet und für gut befunden

Doch wer sich zwischen über 5.000 anderen deutschen und über 10.000

internationalen Bieren profilieren muss, kann sich nicht einfach zurücklehnen und auf seinen Lorbeeren ausruhen. Das würde auch nicht zu uns passen. Denn dem Anspruch, immer besser zu werden, wird man nur gerecht, wenn man offen und neugierig bleibt und sich immer wieder fragt: Was können wir anders machen? Neu machen? Besser machen? Dazu gehören neue Technologien für eine effizientere und umweltfreundlichere Produktion ebenso wie neue Sorten im Sortiment, innovative Marketingstrategien und vieles mehr.

Über den Bierglasrand hinaus

Viele frische Ideen kommen aus dem Team selbst. Von langjährigen, erfahrenen Kolleginnen und Kollegen ebenso wie von jungen, neuen Mitarbeitenden, die mit einem frischen Blick auf Waldhaus schauen. Darüber hinaus sind wir bestrebt, regelmäßig über den Bierglasrand zu blicken und pflegen dafür einen freundschaftlichen Austausch mit anderen Brauereien. Sowohl hierzulande als auch in den Nachbarländern. Und auch der Markt pustet mit seinen immer neuen Herausforderungen permanent frischen Wind in unsere Brauerei. Das Wettbewerbsumfeld verändert sich, Trends kommen und gehen.

Da heißt es für uns oft: prüfen, ausprobieren, abwägen. Und dann kluge, durchdachte Entscheidungen treffen. Wir wären heute wohl nicht mehr hier, wenn wir nicht immer wieder flexibel und agil gehandelt hätten. Es braucht Offenheit gegenüber Neuem und ein kontinuierliches Hinterfragen von Prozessen, um am Markt zu bestehen. Und deshalb können wir heute mit Überzeugung und Stolz sagen: Nichts bleibt, wie es ist. Außer es ist sehr gut!



DIETER TRIFFT ...

Marius Tröndle



Der junge Hotelchef Marius Tröndle sorgt am Schluchsee ganz schön für Wirbel. Seit knapp fünf Jahren betreibt er dort das kleine Boutique Hotel Mühle mit exzellenter Zwei-Sterne-Küche. Mit dem Hotel Auerhahn will er nun einen weiteren Ort für Genießer, Gourmets und Glückssuchende schaffen. Bei einem Bier mit Dieter Schmid erzählt er von Gestern und Heute, von seiner Liebe zur Natur und zu gutem Essen.

D: Marius, was ist dir wichtiger: Tradition oder Moderne?

M: Ich glaube, die Mischung macht's. Aber oft ist es eine hohe Kunst, beides zu verbinden: Die Tradition in die Moderne zu holen und dennoch die Werte zu bewahren.

D: Du bist Hoteldirektor des Auerhahns, der bald eröffnet werden soll. Was überwiegt in deinem Konzept für das Haus: das Gestern oder das Heute?

M: Hinter dem Hotel Auerhahn steckt eine lange Geschichte, die bis ins 18. Jahrhundert zurückreicht. Es war schon damals im Besitz meiner Familie, weshalb mir die Tradition sehr wichtig ist. Gleichzeitig ist das Hotel insgesamt fünf Mal abgebrannt. So schlimm das auch gewesen sein muss, war es doch auch immer wieder eine Chance, bei Null zu starten und etwas Neues zu schaffen. Im Hotelgewerbe ist es sehr wichtig, mit der Zeit zu gehen. Aus meiner Sicht ist der Auerhahn heute etwa 70 Prozent Moderne und 30 Prozent Tradition.

D: Der Auerhahn ist bereits dein zweites Hotel am Schluchsee, du bist auch Direktor des Boutique Hotels und Restaurants Mühle. Du hättest überall ein Hotel oder Restaurant eröffnen können, in viel hipperen Gegenden. Was begeistert dich am Schwarzwald, am Schluchsee?

M: Zum einen meine Liebe zur Natur. Zum anderen sehe ich hier viel touristisches Potenzial. Nicht für Massentourismus, sondern für einen nachhaltigen, gesunden, hochwertigen Tourismus. Diesen Mix gibt es in anderen Teilen Deutschlands kaum.

D: Wie ich weiß, bist du auch familiär mit der Gegend und dem Auerhahn verbunden. Dein Großvater Meinrad hat das Hotel 1990 als Architekt und Bauherr errichtet. Ich habe aber auch etwas über deinen Urgroßvater herausgefunden: Mein Vater hat mir erzählt, dass er tatsächlich mal Braumeister bei Waldhaus war. Wusstest du das?

M: Nein, keinesfalls. Wie klein doch die Welt ist! Das erklärt aber, warum auch von meinem Vater schon immer Waldhaus das Lieblingsbier war. Das liegt wohl im Blut.

D: Noch ist der Auerhahn geschlossen. Wir sitzen hier aber schon gemütlich bei einem Bier im sogenannten Pop-up-Restaurant. Der Weg dorthin führt ganz abenteuerlich direkt durch die Baustelle. Man hört auch viele Geräusche wie Sägen und Bohren. Was steckt hinter dieser Idee und wann wird der Auerhahn offiziell eröffnet?

M: Wie der Name Pop-up schon sagt, ist das Restaurant nur temporär geöffnet, es wird später so nicht mehr existieren. Eigentlich wollten wir den

Auerhahn schon letztes Jahr offiziell eröffnen, was leider nicht geklappt hat. Aber ich habe schon einige Mitarbeiter wie zum Beispiel unseren Küchenchef angestellt und wollte gemeinsam mit ihnen die Zeit bis zur offiziellen Eröffnung klug überbrücken. So entstand die Idee des Pop-up-Restaurants. Hier kochen jetzt wechselnde hochkarätige Gastköche und geben einen Vorgeschmack auf die Kulinarik des Auerhahns. Die offizielle Eröffnung ist für September geplant. Ich kann es kaum erwarten!



Dies oder das?

Im Interview spielen Dieter Schmid und Marius Tröndle ein Entweder-oder-Spiel zum Warmwerden. Wofür hat sich Marius entschieden?

Wein oder Bier?

„Je nach Anlass. Aber eher Wein.“

Schwarzwald oder Miami?

„Schwarzwald.“

Logik oder Bauchgefühl?

„Logik.“

Pommes oder Trüffel?

„Trüffelpommes.“

Tradition oder Moderne?

„Die Mischung macht's.“



PODCAST

Für alle, die noch mehr erfahren möchten:
Das gesamte Interview gibt es als Podcast auf wald.haus/podcast/ und als Video unter youtube.com/c/PrivatbrauereiWaldhaus



ProBier Buddies

DIE HEIDELBERGER

Die Reise

Die Gewinner



Hang & Over



Brudifreunde Stiller



ManNi



32 Teams, drei Wochen, neun Challenges. Und die Verlockung von zehn Jahren Freibier für die Gewinner. Das war die ProBier Buddies Challenge 2023 in Heidelberg. Und der Spaß ist noch lange nicht vorbei. In diesem Jahr zieht die Aktion in zwei neue Städte weiter.

Unsere Biere gibt es vor allem in Süddeutschland zu kaufen. Noch. Denn das soll sich ändern. Wir wollen in Zukunft noch bekannter werden und viele neue Regionen mit Waldhaus infiltrieren. Um die Bierfans dort besser kennenzulernen, haben wir uns etwas ganz Besonderes ausgedacht: die ProBier Buddies Challenge.

Bieralarm in Heidelberg

Im September feierten wir in Heidelberg Premiere. Bei der spektakulären Community-Aktion traten über drei Wochen hinweg 32 handverlesene Bierfreundinnen und -freunde gegeneinander an.

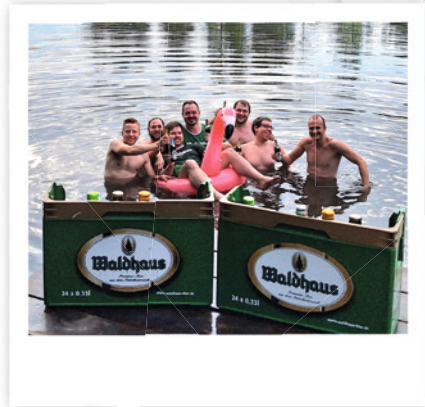
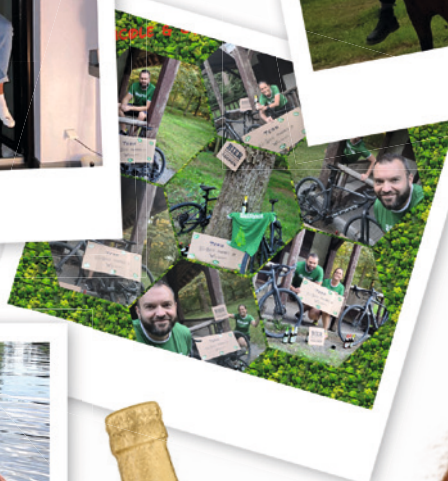
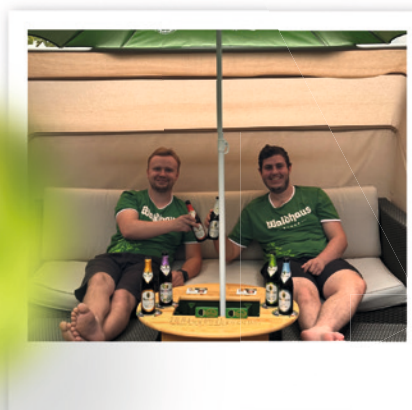


Bier DIES

ARG-CHALLENGE

geht weiter.

Für jede Menge Spaß sorgten nicht nur jede Menge Bier, sondern auch die Challenges, die es zu meistern galt. Vom Bierquiz über Blindtasting bis hin zum Dreh eines eigenen Waldhaus Werbespots. Die Ergebnisse: Ganz großes Kino. Was für kluge, kreative und lustige Beiträge! Und wir? Hätten am liebsten allen die volle Punktzahl gegeben. Doch das ging natürlich nicht. Bei zwei Teams aber konnten wir uns nicht zurückhalten und so kam es, dass am Ende der drei Wochen die zwei Teams "Hang & Over" und "BRUDIFREUNDE STILLER" mit sage und schreibe 255 von 255 möglichen Punkten auf Platz eins lagen. Das Los musste entscheiden! Es fiel auf die Glückspilze von "Hang & Over", die sich damit den Hauptpreis von zehn Jahren Freibier sicherten. Aber auch die anderen Buddies gingen nicht leer aus und freuten sich über Preise wie exklusive Brauereibesichtigungen für bis zu 20 Personen und Waldhaus Genusspakete.



Bewerbt eure Stadt!

Das war jedoch erst der Anfang. Dieses Jahr wird die Team-Challenge in gleich zwei neuen Städten ausgetragen. Welche das sein werden? Das steht noch nicht fest. Wenn ihr dabei sein wollt, dann teilt uns eure Wunschstadt mit unter:

marketing@waldhaus-bier.de

**TOLLE
PREISE
ERWARTEN
EUCH**





BRAUE GUTES UND REDE DARÜBER.

Ein Einblick in das Marketing-Team von Waldhaus

Aufbruchstimmung herrscht auch in unserem Marketing-Team. Während Marketingleiterin Tanja Blum die Abteilung bis 2019 noch alleine schmiss, gesellt sich bald schon ein vierter Kreativkopf dazu. Scheint, als hätten wir für die kommenden Monate ganz schön was vor. Oder?

„Wir haben nicht nur jetzt gerade Großes vor. Sondern eigentlich immer“, schmunzelt Tanja Blum. Seit sechs Jahren verantwortet die 42-jährige die Außenkommunikation unserer Privatbrauerei. Gemeinsam mit Brauerei-Chef Dieter Schmid hat sie schon so manche verrückte Aktion ausgeheckt. Oft fehlte aber die Manpower, um sie umzusetzen. Deshalb holten sie sich Verstärkung. 2021 stieß Mediengestalter Niklas Wasmer dazu, der seither den Waldhaus Look vom Bieretikett bis zur Plakatkampagne prägt. Seit Dezember vergangenen Jahres ist auch Annabell

Isele an Bord. Ihr Fachgebiet: Social Media Management und Eventorganisation.

Wir sind, wie wir sind.

Alle drei sind Schwarzwälder durch und durch. Und natürlich waschechte Waldhaus Fans. „Mich hat schon als Kind das silbern glitzernde Stanniolfasziniert, wenn mein Opa sein Diplom Pils getrunken hat“, erinnert sich Tanja. Diese Faszination für die Marke ist bis heute ungebrochen. Dasselbe erwartet sie von ihrem Team: Identifikation mit der Marke. Zu 100 Prozent. „Große Marketinggeschichten zu erfinden, passt nicht zu uns. Wir sind, wie wir sind“, sagt sie. „Und genau so präsentieren wir uns auch nach außen.“ Typisch badisch eben.

Aber wie sind wir denn?

Als Marketing-Team prägen die drei das Image und die Identität von Waldhaus maßgeblich. Wie sehen sie

selbst die Marke? „Waldhaus ist pure Lebenslust. Wenn ich die Marke in einem Geräusch beschreiben müsste, dann wäre das Lachen“, sagt Niklas Wasmer. Hinter dem grünen Schriftzug steckt für den 27-Jährigen nicht nur richtig gutes Bier, sondern auch eine Menge toller Menschen. „Hier geht es nicht nur darum, was wir tun. Sondern auch, wie wir es tun: Ehrlich. Gemeinsam. Mit Freude.“ Das ist das, was für ihn Waldhaus so authentisch macht und was er in seiner Arbeit nach außen tragen will. Annabell kann das nur bestätigen. Zum Zeitpunkt des Interviews ist sie gerade mal zwei Wochen im neuen Job. Doch sie fühlt sich direkt heimisch. Jetzt ist sie gespannt, was die Zukunft bringt. Für sie. Und die Marke Waldhaus.

Die Waldhaus Vision

Apropos Zukunft. Wie geht es weiter mit der Marke Waldhaus? „In dieselbe Richtung wie die letzten Jahre

auch schon“, sagt Tanja. „Nach vorne. Wir wollen immer besser werden und immer mehr Menschen für Waldhaus begeistern.“ Das Jahr 2024 wird auf jeden Fall wieder turbulent. Geplant sind der 19. Waldhaus Bike-Marathon, eine zweite Auflage der Spendenaktion „Hopfen, Hefe, Heimatliebe“ und der erste Waldhaus Bockbieranstich. Die erfolgreiche ProBier Buddies Challenge soll gleich in zwei neue Städte weiterziehen (vgl. Seite 4-5). Und: Das ohnehin schon vielfältige Waldhaus Sortiment wird erweitert. Seit kurzem gibt es unser Helles auch in alkoholfrei. Doch damit nicht genug. Was unser Repertoire noch aufmischen wird? Das verraten wir noch nicht. Aber so viel sei gesagt: Sie ist das Süßeste, was der Schwarzwald je getrunken hat.

VOLLES CRAFT VORAUSS!

Die Waldhaus Selektionsbiere



2012 India Pale Ale

Das India Pale Ale gilt als Referenzbierstil der Craft Bier-Bewegung. Und damit haben wir auch unsere Reihe begonnen: ein helles, obergäriges Pale Ale mit kräftigem, intensivem Geschmack.



2013 Red Pale Ale

Weil es so schön war, ging es im Jahr darauf mit einem Red Pale Ale weiter, das sich von seinem Vorgänger durch einen höheren Malzanteil und die kupferfarbene Tönung unterschied.



2014 Hopfensturm

In den folgenden Jahren experimentierten wir immer wieder mit der Kombination verschiedener Hopfensorten. 2014 trumpfte unser Hopfensturm mit gleich acht heimischen Aromahopfen auf.



2017 Jubiläums Dunkel

Malzig ging es auch im Jahr darauf zu mit einem feurig-dunklen Bier, das anlässlich unseres 175-jährigen Bestehens gebraut wurde. Es ist bis heute in unserem Dauersortiment: als Ohne Filter Dunkel.



2015 Hopfensturm Edition 2015

Ein Jahr später gab es eine kräftigere Neuauflage, deren Geschmack durch die Kalthopfung noch stärker war. Diese Kreation schaffte es in unser Stammsortiment und wird bis heute gebraut und verkauft.



2018 Hopfenstar

2018 erreichten wir dann den Höhepunkt in der Kombination verschiedener Hopfensorten: In diesem India Pale Ale steckten gleich neun Hopfensorten und starke 7,5 Prozent Alkohol.

2016 Hopfenzauber

Das 2016er Amber Ale enthielt zwar eine Hopfensorte weniger als sein Vorgänger, diese wurden aber dafür mit fünf verschiedenen Malzsorten zu einem malzig-milden, fruchtigen Genuss kombiniert.



19&20 Marilyn

In den zwei Folgejahren hatten wir zum ersten Mal nur eine Hopfensorte im Fokus: den Monroe-Hopfen. Mit seinen feinen, beerigen Aromen schufen wir so ein Single Hop Craft Bier der Extraklasse.



2021 Harry's Porter (ab 2022: Black Forest Porter)

Von dieser lieblichen Note war in den nächsten Jahren nichts mehr zu schmecken: Denn in unserem Porter vereinten sich dunkle Malze und feinsten Naturhopfen zu einem kräftigen, baltischen Porter.

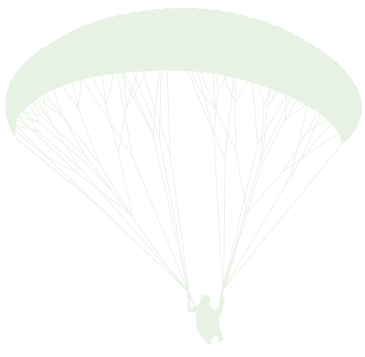


2023 Hypnose

Weil es so schön war, ging es im Jahr darauf mit einem Red Pale Ale weiter, das sich von seinem Vorgänger durch einen höheren Malzanteil und die kupferfarbene Tönung unterschied.

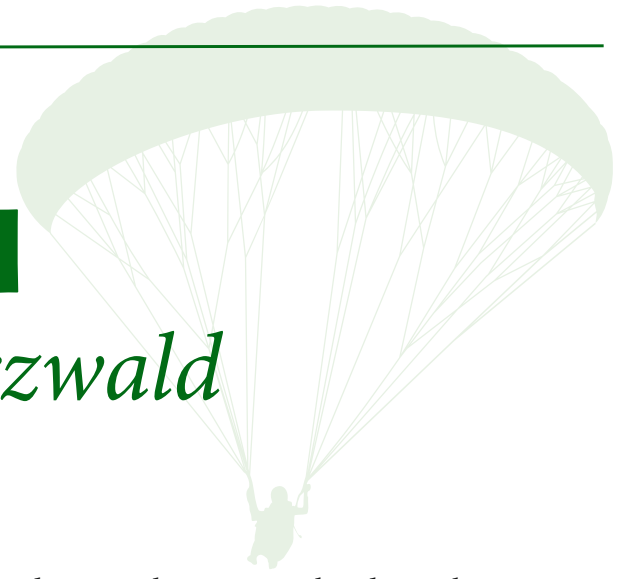
Nicht weniger als fünfzehn verschiedene Sorten umfasst unser festes Sortiment. Von leicht bis stark, von hell bis dunkel, von süß bis herb ist für jeden Geschmack etwas dabei. Aber wir wären nicht Waldhaus, wenn wir nicht ab und zu noch eine Schippe drauflegen und für Abwechslung sorgen würden. Und das tun wir jedes Jahr aufs Neue: mit unseren limitierten Selektionsbieren.

Was wir uns wohl für dieses Jahr einfallen lassen? Seid gespannt!



IM HÖHENRAUSCH

Gleitschirmfliegen im Schwarzwald



Das Gefühl von Freiheit. Von Schwerelosigkeit. Von spontanem Glück. Mit einem Gleitschirm über die Wipfel der Schwarzwaldtannen durch die Lüfte zu gleiten, ist ein unvergleichliches Erlebnis. Und als Tandemflug auch ohne Flugschein und eigene Ausrüstung möglich.

Eins, zwei, drei – los! Den Hang hinunter, dem Abgrund entgegen. Schneller und schneller. Das Adrenalin schießt in Schüben durch den Körper. Bis da plötzlich nichts mehr unter den Füßen ist. Und dann wird

alles ganz ruhig und leicht. Wie ein Vogel gleitet man durch die Lüfte, lässt sich vom Schirm und der Kraft der Natur in die Höhe tragen. Nur ab und zu schaukelt es ein wenig, als wäre man beschwipst. Und vielleicht ist man das auch: vom Höhenrausch.

Wie unser Bier: ein Hochgenuss
Wer einmal Gleitschirmfliegen war, schwärmt oft sein Leben lang davon. Der motorlose Luftsport übt eine große Faszination aus – erfüllt er doch den Traum vom Fliegen. Und das aus eigener Kraft im Spiel mit den Kräften der Natur. Paragliding ist

die einfachste Art, die Welt aus der Vogelperspektive zu betrachten. Um das zu erleben, muss man nicht einmal selbst Gleitschirmfliegen lernen. Man kann auch im Tandem fliegen.

Glück ist schwerelos

Der Schwarzwald eignet sich perfekt zum Gleitschirmfliegen. Ein Anbieter von Tandemflügen ist Luftzeiten. Die erfahrenen Piloten mit langjähriger Flugpraxis starten sowohl vom Hochblauen bei Badenweiler sowie vom Kandel bei Waldkirch – beides beliebte Fluggebiete mit ausgezeichneten Flugbedingungen und einem

Höhenunterschied von bis zu 850 Metern. Ob actionreiche Manöver bei Fullspeed oder gemächliches Gleiten in den Aufwinden: Hier ist für jeden etwas dabei. Mit dieser Ausgabe des Waldboten habt ihr außerdem die einmalige Chance, einen Tandemflug bei Luftzeiten zu gewinnen. Wie das geht? Das erfahrt ihr direkt im Anschluss auf dieser Seite.

Weitere Informationen und Buchung unter:

www.luftzeiten.de



Gewinnspiel

IHR HABT DIE WAHL ZWISCHEN



IMPRESSUM

Herausgeber:

Privatbrauerei Waldhaus,
Joh. Schmid GmbH
Waldhaus 1
79809 Waldhaus
Tel: +49 7755 / 9222-0
E-Mail: info@waldhaus-bier.de
www.waldhaus-bier.de

Verantwortlicher:

Dieter Schmid

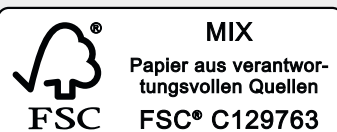
Redaktion, Gestaltung:

W3 digital brands GmbH
www.w3-digitalbrands.com

Fotos:

Privatbrauerei Waldhaus – Joh. Schmid GmbH, Christoph Nadler – You Are Here Studio GmbH
Luftzeiten Gleitschirm-Tandemflüge – www.luftzeiten.de

© Waldhaus 2024



Diese Ausgabe haben wir etwas ganz besonderes für euch vorbereitet. Ihr seid nur ein Wort entfernt von einem von drei fantastischen Preisen. Schickt uns bis zum 14.04.2024 das Stichwort „WALDBOTE“ über einen der folgenden Wege:



ONLINE
wald.haus/umfrage



E-MAIL
marketing@waldhaus-bier.de



POST
Privatbrauerei Waldhaus
Annabell Isele
Waldhaus 1
79809 Waldhaus

Viel Glück!

Alle Einsendungen wandern in einen Lostopf und der Gewinner wird per Zufallsprinzip ausgewählt.

Nicht vergessen:

Schickt uns eure E-Mail-Adresse oder eure Telefonnummer mit, damit wir euch im Falle eines Gewinns kontaktieren können.