

Wenn Bier nach Mango oder Lakritz schmeckt

Bitburger Brauerei erweitert Programm in der Markenerlebnisswelt - 40.000 Besucher pro Jahr

In Deutschland werden rund 5000 verschiedene Biere gebraut. Das ist eine riesige Vielfalt, die alle unterschiedlich schmecken, will die Bitburger Brauerei beweisen. Das neue Programm beweist den „Biergenuss“.

Vorname Nachname
Telefonnummer

Bitburg. Es sieht fast, als käme es aus dem Himmel. In der Gasse mit dunkler, runder Kuppel schneit es über die Köpfe der Besucher. In der Luft schweben kleine weiße Punkte, die wie kleine Schneeflocken aussehen. Das ist das neue Programm der Bitburger Brauerei. Es zeigt, wie man Bier schmecken kann.

„Die Leute wollen sich fragen: Welches Bier passt zu welchem Essen?“

Hans-Jürgen
Marketing-Manager bei Bitburger



Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Es ist ein Bier, das in einem Bier zu entdecken ist. Es ist ein Bier, das in einem Bier zu entdecken ist. Es ist ein Bier, das in einem Bier zu entdecken ist.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

Das „Aromaker“ des Biere-Experten Andreas Dick mit einem weiteren Markenerlebnis.

In Deutschland werden etwa 5000 verschiedene Biere gebraut. Dass diese alle unterschiedlich schmecken, will die [Bitburger Brauerei](#) ihren Gästen mit einem neuen Programm beweisen: den [„Bitburger Biererlebnissen“](#).

Andreas Dick aus Holsthum, Hopfenbauer und diplomierter Biersommelier, hilft den Besuchern dabei, die bis zu 8000 Aromen in einem Bier zu entdecken.

Die Bitburger Biererlebnisse kosten zwischen 35 und 66 Euro, inklusive Führung durch die [Markenerlebnisswelt](#). Das Programm bietet sich besonders für Gruppen an, mehr als 30 Leute sollten an einer Führung aber nicht teilnehmen. Wer sich für eine Führung interessiert, kann sich unter 06561 946410 oder info@derbiersommelier.de melden.

(Quelle: Trierischer Volksfreund, Eifel-Zeitung, Montag, 26. März 2012)

[Pressemitteilung der Bitburger Baugruppe vom 23.03.2012](#)