



DER **Waldbote**

Die Zeitung der Privatbrauerei Waldhaus

WALDHAUS ALS ARBEITGEBER
Ausgezeichnetes Bier von ausgezeichneten Mitarbeiter:innen

Seite 2

#OHNEFILTER
Authentisch schmeckt am Besten – Ohne Filter NATURTRÜB

Seite 5

DACHSBERG 20
Wo sich Dachs und Hase auf ein Bierchen treffen

Seite 7

VORSICHT, SCHARF!
Die Rollschleifer der Manufaktur HORL

Seite 8



DIETERS STAMMTISCH

Liebe Waldhaus Freundinnen und Freunde,

alle reden darüber, aber was bedeutet Nachhaltigkeit eigentlich? Hier geht es um nichts weniger, als den kommenden Generationen einen intakten, lebenswerten Planeten zu hinterlassen. Die Zukunft wird mitgedacht, das heißt: So wie wir heute handeln, werden die Generationen morgen leben. Als Familienunternehmen in der vierten Generation tun wir das sowieso. Der schonende Umgang mit den verfügbaren Ressourcen gehört fest zu unserem Unternehmensleitbild. Ende vergangenen Jahres haben wir dafür zum sechsten Mal in Folge das Prüfsiegel für Nachhaltigkeit erhalten.

Beim Thema Nachhaltigkeit machen wir auch vor dem Waldboten nicht Halt. Mit dieser Ausgabe haben wir auf ein FSC-zertifiziertes Recyclingpapier umgestellt. Die Folierung hingegen ist uns weiterhin ein Dorn im Auge, doch sie ist notwendig, um den Waldboten geschützt in die Kästen einzulegen. Wir sind dabei, eine umweltfreundliche Alternative zu finden. Es gibt viele Themen, bei denen wir noch Verbesserungspotenzial sehen. Natürlich sind wir nicht perfekt. Doch nachhaltig zu sein bedeutet für uns, nicht nur im ökologischen, sondern auch im ökonomischen Sinne zu handeln. Als wichtiger Arbeitgeber in der Region tragen wir Verantwortung für rund 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Da heißt es manchmal abzuwägen. Nicht vorschnell zu handeln, sondern ... eben nachhaltig.

Ich wünsche viel Spaß beim Lesen und einen stets guten Durst.

Euer Dieter Schmid



Näher dran

DAS TEAM MACHT AUS WALDHAUS EIN



Waldzuhause

Ausgezeichnetes Bier kommt nur von ausgezeichneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

Wir stellen an uns selbst den größten Anspruch. Nicht nur bei dem, was wir tun, nämlich besondere Bierspezialitäten herstellen, sondern auch, wie wir es tun: mit viel Leidenschaft und Teamspirit. Für unsere Arbeitskultur wurden wir 2022 gleich dreimal geehrt.

Unsere Biere sind ausgezeichnet. Das finden nicht nur wir, sondern Expertinnen und Experten aus aller Welt. Die Waldhaus Biere haben insgesamt über 900 nationale und internationale Prämierungen erhalten, von Frankreich über Australien bis Japan. Eins ist auf jeden Fall klar: Ausgezeichnetes Bier kommt nur von ausgezeichneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die stolz sind auf das, was sie tun. Die sich mit Waldhaus identifizieren. Die jeden Morgen motiviert zur Arbeit gehen, hundert Prozent geben und nach Feierabend gerne auch noch gemeinsam ein Bierchen trinken.

Wie es in guten Familien eben so ist

Dass dies so ist und bleibt, ist uns ein großes Anliegen. Wir sehen uns als eine große Familie, die mittlerweile über 60 Familienmitglieder zählt und die eines verbindet: die Marke Waldhaus sowie die Leidenschaft für bestes Bier. Und so verhalten wir uns auch, wie es sich in guten Familien gehört: Wir schaffen ein von Vertrauen und Wertschätzung geprägtes Umfeld. Wir tauschen uns offen und ehrlich aus. Wir treffen viele Entscheidungen gemeinsam und kümmern uns auch über den beruflichen Rahmen hinaus umeinander. Natürlich werden auch Erfolge gemeinsam gefeiert. Als wir 2018 100.000 Hektoliter Jahresausstoß erreicht hatten, gab es als Dankeschön für das gesamte Team samt Partnerinnen und Partnern eine dreitägige Reise nach Amsterdam sowie eine finanzielle Anerkennung obendrauf. Auch Berlin, Hamburg und London wur-

den schon gemeinsam erkundet. Da aber auch in den besten Familien jeder mal Abstand braucht, können zehn Tage im Jahr als zusätzlicher, unbezahlter Urlaub genommen werden, um Urlaubswünsche wahr werden zu lassen oder mal richtig auszuspannen.

Einfach unersetzlich

Auszeichnungen hagelt es deshalb nicht nur für unsere Biere. Waldhaus wurde auch als Arbeitgeber mehrfach ausgezeichnet. Seit diesem Jahr tragen wir die stolzen Titel Kununu Top Company und TOP JOB Arbeitgeber. Beide Auszeichnungen beruhen einzig und allein auf den direkten Rückmeldungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie haben Waldhaus als Arbeitgeber bewertet ... und für top befunden. Motive wie der Stolz auf die Marke Waldhaus, die Verbundenheit mit der Region sowie der Zusammenhalt des Teams werden immer wieder genannt. Das be-

geistert auch unsere Jüngsten. Nach der Auszeichnung zum TOP JOB Arbeitgeber folgte auch noch die Prämierung zum TOP JOB Ausbildungsbetrieb, womit wir zu den zehn besten Unternehmen aller TOP JOB Betriebe gehören. Es ist uns wichtig, unseren Auszubildenden vielfältige Perspektiven und eine vertrauensvolle Arbeitsumgebung zu bieten, in der sie sich entfalten und eigene Ideen entwickeln können.

Wir sind wahnsinnig stolz. Nicht nur auf die Auszeichnungen, sondern vor allem auf das einzigartige Feedback unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihnen gilt unser Dank, denn sie machen den top Job für Waldhaus. Sie sind für unser Familienunternehmen das, was der Hopfen für unser Bier ist: einfach unersetzlich.

DIETER TRIFFT ...

René und Johannes Gessler

René und Johannes Gessler führen gemeinsam drei Häuser: Das Schloss Reinach in Munzingen, die Black Forest Lodge in Altglashütten und seit vergangenem Oktober das Hotel Stadt Lörrach. Brauerei-Chef Dieter Schmid hat die beiden getroffen und sich mit ihnen unterhalten: über Investitionen, Arbeitgeberattraktivität und die Probleme und Chancen der Branche.

D: René, wir sind hier im wunderschönen Schloss Reinach, das du 2007 übernommen hast. Es war damals ein nahezu unrentabler Betrieb mit Investitionsstau – wahrscheinlich ein schwieriges Projekt. Was hat dich dazu bewegt, das Schloss zu kaufen?

R: Zwischen unserem ersten Betrieb und Schloss Reinach liegen noch fünf oder sechs Betriebe dazwischen, die ich begleitet habe. Wir wussten also ganz gut, worauf wir uns einlassen. Das Haus hat dann auch durch unser Zutun relativ schnell Fahrt aufgenommen und wir konnten die Umsätze erhöhen.

D: Ihr habt ja laufend investiert. Jedes Jahr wurde etwas Neues gemacht.

R: Das stimmt, wir haben viel geändert. Es kam der Wellnessbereich dazu, ein Schwimmbad ... Diese Schritte waren wichtig, um ein neues Publikum anzusprechen. Wir sind damit sehr schnell gewachsen. 2013 kam mein Schwiegersohn Johannes als Geschäftsführer dazu und 2019 hatten wir den Zenit erreicht. Doch dann kam Corona.

D: Für viele Hoteliers und Wirte war es während der Coronazeit nicht einfach, ihre Leute zu halten. Ihr habt aber weiterhin ein ganz tolles Team. Wie ist euch das gelungen?

J: Ich glaube, ausschlaggebend war, was wir vor der Pandemie gemacht haben. Wir warten nicht, bis Dinge nicht mehr gut laufen, um sie anzupacken. Man muss immer wieder mit offenen Augen durch ein Haus gehen und schauen: Ist es noch zeitgemäß? Außerdem hatten wir von Anfang an einen guten Draht zu unseren Mitarbeitern. Wir sind nahe dran, packen mit an. Wenn was ist, sind wir da. So

haben wir es geschafft, eine vergrößerte Familie zu schaffen. Ich glaube, das war der Grund, dass sie in der Pandemie nicht gegangen sind.

D: Es liegt ja aber auch an den Arbeitszeiten der Gastronomie. Als sich die Menschen nach alternativen Jobs umgesehen haben, haben sie plötzlich gemerkt: Es ist so angenehm, abends Feierabend zu haben, am Wochenende nicht arbeiten zu müssen ...

J: Auch das sind wir vorher schon ganz gut angegangen. Bei uns wird schon lange jede Minute aufgeschrieben und bezahlt. Wir achten beim Dienstplan auf verschiedene Bedürfnisse und Wünsche. Wir haben feste Ruhetage für die Restaurants, sodass die Leute planen können. Es war ein schwerer Schritt, aber das Schloss Reinach schließt dieses Jahr auch zum ersten Mal am 23. und 24. Dezember. Das ist für uns finanziell einschneidend, aber Heiligabend ist für die Familie. Zudem ist es wichtig, dass die Mitarbeiter ordentlich honoriert werden. Wir bezahlen seit einigen Jahren für unsere

Kochauszubildenden vom ersten Tag an tausend Euro. Ich weiß nicht, wer das sonst noch macht, ich kenne niemanden.

R: Die Gastronomie und Hotellerie muss jetzt kreativ werden. Wir müssen neue Anreize schaffen, vom Imbiss bis zur 5-Sterne-Gastronomie. Unseren Job attraktiver und familienfreundlicher machen. Ich sehe darin eine Riesenchance für die ganze Branche.

D: Ich bin mir sicher, ihr schafft das.

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



HINTER JEDER STARKEN MARKE STEHT EINE STARKE COMMUNITY



Waldhaus auf Instagram



Was will eine Brauerei auf Instagram? Begeistern. Nähe schaffen. Austausch ermöglichen. Auf unserem Instagram-Account geben wir Einblicke hinter die Kulissen und Tore der Waldhaus Brauerei.

Eine starke Marke lebt von einer starken Community. Das ist bei Waldhaus nicht anders. Wie gut unser Produkt bei unseren Fans ankommt, spüren wir nicht nur an den stetig steigenden Absatzzahlen, sondern auch auf Instagram. Seit unserem Start auf der Social-Media-Plattform vor acht Jahren haben wir über fünfhundert Beiträge mit den Nutzerinnen und Nutzern geteilt, über neuntausend Follower damit begeistert und bis zu neunhundert Likes für ein einziges Bild bekommen. Wir sind unfassbar stolz und dankbar für diese Unterstützung und Bestätigung dessen, was wir tun.

Begeisterung, die unter die Haut geht

Täglich bekommen wir Kommentare, Nachrichten und Bilder von unseren Fans zugeschickt. Die Begeisterung geht bei manchen sogar wortwörtlich unter die Haut: Diverse Fans gingen so weit, sich Waldhaus Motive tätowieren zu lassen. Zuletzt ließ sich Waldhaus Anhänger Raven den Schriftzug „Spezial Gold“ über seine beiden Knie tätowieren. So einen tollen „Werbeträger“ luden wir natürlich direkt zu uns in die Brauerei ein, um ihm zehn Kästen seiner Lieblingssorte zu schenken.

Das Pfand: Geben und Nehmen

Doch wir wollen auch der ganzen Community etwas zurückgeben. Deshalb laufen wir immer mit offenen Augen und gezückter Kamera durch

die Brauerei, um lustige Momente festzuhalten und spannende Insights zu bieten. Ebenso gerne teilen wir tolle Fotos, die wir zugeschickt bekommen. Unsere Follower sind oft die ersten, die von Neuigkeiten und Produktvorstellungen erfahren. Auf Instagram haben sie die Chance, uns Fragen zu stellen, zu kommentieren und damit mit uns ins Gespräch zu kommen. Sie können an exklusiven Gewinnspielen teilnehmen, mit zum Teil nicht geringeren Preisen als zehn Jahre Freibier. Um die volle Power unserer Fangemeinde auszuschöpfen, planen wir im Moment verschiedene Aktionen, um sie noch viel stärker in Entscheidungen mit einzubeziehen. Neugierig? Folgt uns einfach, ihr werdet schon sehen.

NOCH MEHR WALDHAUS

Für alle, die uns noch näher kommen wollen:

Bei unserer Erlebnis-Brauereibesichtigung laden wir zu einer Bierreise durch die heiligen Hallen und Keller der Privatbrauerei Waldhaus ein.

wald.haus/besichtigung



I like

#OHNEFILTER

Authentisch schmeckt am besten



Besonders gut im Zusammenspiel mit der deutschen Küche.

FUN FACT AM RANDE:

Nutzloses Bierwissen

Ein Kellerbier ist ein Bier, wie es der Brauer am liebsten direkt aus dem Lagertank trinkt. Frisch gezapft beziehungsweise gezwickelt. Die Lehrlinge mussten dieses eiskalte Bier früher auf Trinktemperatur anwärmen – und wehe dem, der es „verbrennen“ ließ.

GESCHMACKSPROFIL:

BITTEREINHEITEN	5
HOPFENAROMA	5
VOLLMUNDIG	7
FRUCHTIG	5
MALZIG	5



Insgesamt 26 DLG-Auszeichnungen:
20 x Gold, 5 x Silber, 1 x Bronze

Apropos Social Media. Mit zunehmend perfekter Inszenierung wird die Sehnsucht nach Authentizität und Natürlichkeit immer größer. Unser Ohne Filter NATURTRÜB setzt ein Statement. Schon seit 26 Jahren.

Auf den gängigen Social-Media-Plattformen kursieren tausende Filter. Sie lassen die Haut glatter, das Gesicht symmetrischer und die Sonnenuntergänge noch röter aussehen. Mit der Realität hat das nicht mehr viel zu tun. Immer mehr Nutzerinnen und Nutzer sind genervt vom „Picture Perfect“ und wünschen sich mehr Authentizität. #OhneFilter bedeutet Echtheit. Unverfälschtheit. Aufrichtigkeit. Bei Bildern – wie auch beim Bier.

Naturbelassen, charakterstark, authentisch.

Genau für diese Attribute steht unsere Ohne Filter-Familie schon seit langem. Mitte der 90er Jahre entwickelte unser Braumeister Bernhard Vötter mit viel Intuition die erste Generation unserer unfiltrierten Kellerbiere: das Ohne Filter NATURTRÜB. Dieses authentische und unfiltrierte Bier war seiner Zeit weit voraus, weshalb es zuerst nicht wirklich ernst genommen wurde. „Zu dieser Zeit war es absolut unüblich, ein Kellerbier abzufüllen“, erzählt Vötter. Er wagte es dennoch, da er ein pures Bier auf dem Markt haben wollte – ein

Bier einfach so, wie es ist. „Dass es mal so einen Lauf nehmen würde, hätte ich damals nicht gedacht.“ Doch am Ende hat sich das Ohne Filter NATURTRÜB mit seiner puren, naturbelassenen Art durchgesetzt. Es ist quasi unplugged. Charakterstark. Authentisch. Und trifft damit den Zeitgeist. Heute ist es das Lieblingsbier vieler Menschen und das zweitstärkste Bier im Waldhaus Sortiment. In der Geschichte von Waldhaus hat es damit seinen ganz besonderen Platz.

Ein pures, intensives Biererlebnis

Der Verzicht auf Filtration macht das mehrfach prämierte Zwickelbier, auch Kellerbier genannt, so vielschichtig. Es nimmt naturtrüben Genuss beim Wort: Das naturbelassene Bier darf bis zu acht Wochen lang reifen und enthält durch die nicht durchgeführte Filtration eine seichte Trübung. Mit einem 5,6-prozentigen Alkoholgehalt hat es eine stattliche geschmackliche Durchsetzungskraft für ein Kellerbier. Und trotzdem bleibt es bei einem leichten und weichen Trinkgefühl. Nach dem samtig-satten Antrunk entwickelt sich eine feine geschmackliche Harmonie aus Hefe, Malz und Hopfen samt würzigen Aromen und Anklängen von Zitronenmelisse, um dann im Abgang durch eine feinherbe Bitterkeit einen lebendigen Abschluss zu finden. In der Summe: ein pures und intensives Biererlebnis.



ICH MÖCHTE NICHT NUR DIE TOCHTER VOM CHEF SEIN

Übers Abtauchen, Auffangen und Austauschen

Verfolgt man die Historie der Brauerei Waldhaus und den Stammbaum der Familie Schmid, so landet man am Ende bei ihr: Janina Schmid. Die Tochter des aktuellen Brauereichefs ist der zweitjüngste Part der Unternehmerfamilie ... mit Ambitionen und großen Plänen.

„Familie bedeutet für mich Vertrauen und Ehrlichkeit“, sagt Janina Schmid. „Sich zu unterstützen, auch in Frage stellen zu dürfen, aber immer wieder aufzufangen.“ Wer zu ihrer Familie gehört? Primär ihr Bruder Yannik, ihre Eltern sowie ihre Großeltern. Gleichzeitig liegt ihr auch die Waldhaus Familie sehr am Herzen. In ihr

ist sie groß geworden, zu ihr zieht es sie immer wieder zurück und mit ihr möchte sie auch in die Zukunft. Doch das nicht alleine ...

Doppelt braut besser

Ihr Bruder Yannik macht aktuell eine Ausbildung zum Brau- und Getränketechniker bei der Privatbrauerei Stiegl im österreichischen Salzburg. Gemeinsam wären sie die perfekte Doppelspitze, findet Janina. „Wir ergänzen uns perfekt.“ Mit seiner beruflichen Erfahrung könnte Yannik die handwerklich-technische Seite rund ums Brauen übernehmen, während sich Janina eher im strategisch-kommunikativen Bereich sieht. Die 23-Jährige studiert im 6.

Semester Kommunikation, Kultur und Management an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen. In ihrem Studium beschäftigt sie sich viel mit Familienunternehmertum. Neben dem Studium ist sie zudem Werkstudentin am Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen und leitet die Initiative „Familien-Freunde“. Diese bietet NextGens von familiengeführten Unternehmen eine Plattform zum Austausch und die Möglichkeit, sich über das Uni-Leben hinaus zu vernetzen. Durch Kurse, Vorträge und Talks bekommt sie spannende Einblicke in die Theorie hinter Familienunternehmen, durch Exkursionen und Netzwerktreffen Einblicke in die Praxis.

Bevor es später einmal zu Waldhaus zurück geht, will Janina gerne noch einen Master mit dem Fokus auf Familienunternehmen machen. Ebenso möchte sie unbedingt noch Einblicke in andere Unternehmen bekommen, um eigene Erfahrungen zu sammeln. „Ich möchte mir meinen

Respekt selbst erarbeiten und nicht einfach nur die Tochter vom Chef sein“, sagt sie.

„Abtauchen heißt für mich Abschalten“

Bei so großen Ambitionen kommt die Freizeit doch bestimmt zu kurz. Oder? Von wegen! Janina reist viel und gerne. „Dank meiner Eltern durfte ich schon einiges von der Welt sehen. Das Abenteuer-Gen habe ich von ihnen geerbt. So kann es durchaus vorkommen, dass ich einfach die Matratze in mein Auto schmeiße und losfahre“, schwärmt sie. Was sie außerdem immer wieder an exotische Orte führt, ist ihre Leidenschaft für die Unterwasserwelt. Mit zehn Jahren war sie zum ersten Mal tauchen – gemeinsam mit ihren Eltern und ihrem Bruder, die die Passion für das Unterwasservergnügen ebenso teilen. Heute taucht sie nicht nur gerne in ihrer Freizeit, um abzuschalten, sondern liebt es auch, als Tauchlehrerin andere Leute für das Tauchen zu begeistern.

FÜNF FRAGEN

fünf Antworten

Wenn du ein Waldhaus Bier wärst, welches wäre das und warum?

Eine Schwarzwald Weisse. Egal, wo auf der Welt ich bin, im Herzen werde ich immer ein Schwarzwälder Mädchen bleiben.

Dein Lieblingsort ein Bier zu genießen.

Nach einem langen Uni-Tag mit Freunden am Bodensee sitzen und die Alpen im Sonnenuntergang genießen.

Mit welcher Person der Zeitgeschichte würdest du gerne mal ein Bier trinken?

Mit Michelle Obama. Sie inspiriert mich und ist ein Vorbild für Frauen auf der ganzen Welt.

Was ist dein Lieblingsreimwort auf Bier?

Klavier. Denn neben Bier schlägt mein Herz genauso für mein Klavier.

Wovon träumst du schon lange?

Einen Van ausbauen und damit kreuz und quer durch Europa reisen.



WO SICH DACHS UND HASE AUF EIN BIERCHEN TREFFEN

Dachsberg 20



BEWUSST GENIEßEN, ABER VOM FEINSTEN! 40 % WENIGER ALKOHOL UND KALORIEN ALS UNSER DIPLOM PILS, ABER 100 % GESCHMACK.



VON WITTENSCHWAND ZUM KLOSTERWEIHER UND BILDSTEINFELSEN

Die Liebe zum Reisen ist nachvollziehbar. Anderswo ist es schön, keine Frage. Es gibt aber auch magische Orte, die direkt vor der Haustür liegen. Oder zumindest nur einen Katzensprung entfernt. Zum Beispiel die Gemeinde Dachsberg mit ihrem wunderbaren Wanderweg Dachsberg 20.

„Warum in die Ferne schweifen? Sieh, das Gute liegt so nah.“ Die Redensart lehnt sich an ein Gedicht von Johann Wolfgang von Goethe an. Klar, Goethe mal wieder. Wo er aber Recht hat, hat er Recht. Jugendliche haben heute oft schon mehr Flugkilometer hinter sich als Christoph Kolumbus seinerzeit Seemeilen. Das Fremde wirkt oft anziehender als das, was vor unserer Haustür liegt. Dabei warten genau hier teilweise die faszinierendsten Entdeckungen. Unsere Brauerei ist eingebettet in eine Region, die an Schönheit und Vielfalt kaum zu übertreffen

ist: den Schwarzwald. Sie bietet eine Fülle an spektakulären Wanderungen, wie zum Beispiel den Wanderweg Dachsberg 20.

Dachsberg 20: Naheliegend und weitläufig

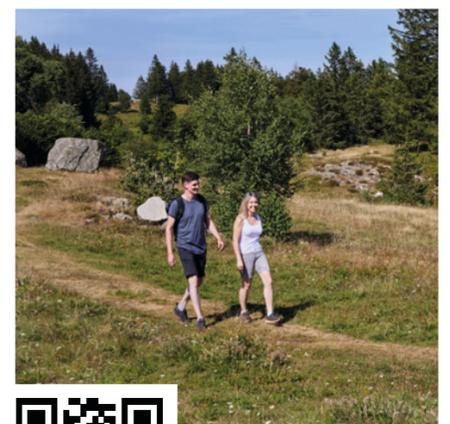
Verschlungene Pfade über Hochebenen und durch tiefe Wälder. Beeindruckende Aussichten auf die schneebedeckten Alpen und ins malerische Albatal. Auf der Wanderung Dachsberg 20 wird die ganze landschaftliche Vielfalt der Gemeinde Dachsberg greifbar. Mit knappen neun Kilometern und 294 Höhenmetern kann sie in weniger als drei Stunden zurückgelegt werden. Die Rundtour startet und endet am idyllischen Klosterweiher, der gerade mal zehn Kilometer von der Brauerei Waldhaus entfernt liegt. Sie führt bei wunderbaren Alpenpanoramen und Blick auf den Feldberg durch Horbach und den Bergbauort Urberg, mit einem kurzen, sehr steilen Pfad am Bildsteinfelsen sowie an einer kleinen Höhle

vorbei und über den Schmugglerpfad an steilen imposanten Felswänden entlang. Nach einem gemächlichen Abschluss bietet sich eine Rast im Klosterweiherhof an.

Erfrischung und Stärkung gefällig?

Der Klosterweiher wurde im 18. Jahrhundert als kleiner Stausee des ehemaligen Klosters St. Blasien zum Fischen angelegt. Seine Ufer sind Lebensraum für etliche geschützte Pflanzen und Laichplatz für Frösche und Kröten. Auf den Wiesen sind der fleischfressende Sonnentau und verschiedene Orchideen zu finden. Es lohnt sich, Badesachen einzupacken – der Klosterweiher bietet eine herrliche Erfrischung. Er ist heute im Besitz des direkt daran angrenzenden Landgasthofes Klosterweiherhof, der vergangenen Mai unter den Besitzern Nicole und Marco Clalüna sein 10-jähriges Jubiläum feiern konnte. Von der Seeblickterrasse der familiären Gaststätte lässt sich bei

einem kalten Waldhaus Bier und einer frisch zubereiteten Mahlzeit wunderbar der Blick in die Natur genießen. Für alle Wanderer mit vierbeiniger Begleitung: Auch Fellschnauzen sind hier gern gesehen. Und wem es so gut gefällt, dass er am liebsten gar nicht mehr weg möchte: Der Gasthof verfügt auch über sieben gemütliche Gästezimmer, in denen die Nacht verbracht werden kann.



**Inspiziert?
Hier gibt es alle
Infos zur Tour.**

VORSICHT, SCHARF

Die HORL Messerschleifer



WENN EIN MESSERSCHARFER VERSTAND UND EIN DESIGNER AUF STUMPFES MESSER TREFFEN



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 und technische Umsetzung:

W3 digital brands GmbH
www.w3-digitalbrands.com

Fotos:

Privatbrauerei Waldhaus, Joh. Schmid GmbH, Christoph Nertz, Philipp Uricher

© Waldhaus 2022



Die Manufaktur HORL ist so etwas wie das Waldhaus Äquivalent in Sachen Küchenhelfer. Das Familienunternehmen aus dem Schwarzwald fertigt innovative Rollschleifer und setzt dabei ebenso wie wir auf Qualität, Regionalität und pure Leidenschaft.

Stumpfe Messer sind für Kulinarik-Enthusiasten wie ein Saftglas für Bier-Trinker: unter dem eigenen Anspruch. Was uns mit der Manufaktur HORL verbindet, ist das Streben nach Vollkommenheit. Wir wollen das perfekte Bier brauen, die HORL Gründer Otmar und Timo Horl die perfekte Lösung, um Küchenmesser zu schärfen.

Qualität braucht Zeit

Das typische Schwarzwälder Gemüt ist bekannt für seine Geduld und innere Ruhe. Wir nehmen uns Zeit für unser Bier – sei es bei der intensiven Würzekochung, bei der Gärung oder bei der bis zu sechsmo-natigen Reifung. Auch die Idee von Otmar Horl brauchte ihre Reifezeit: Als er sich einst der Problematik stumpfer Messer annahm, ahnte der damalige Konstruktionsleiter nicht, wie gefragt seine Erfindung einmal sein würde. Jahrelang lag sie in seiner Schublade – bis sein Sohn und



Designer Timo darauf aufmerksam wurde. Gemeinsam entwickelten sie die Idee weiter und erfanden so den HORL Rollschleifer.

Weniger ist mehr

Messer fixieren, Schleifscheibe anlegen und losrollen. Das Messerschärfen mit den HORL Rollschleifern ist so simpel, wie es sich anhört, und eben deshalb unglaublich überzeugend. Denn Perfektion ist nicht dann erreicht, wenn man nichts mehr hinzufügen kann. Sondern wenn man nichts mehr wegnehmen kann. Diese Philosophie teilen wir mit den Horls und verfolgen sie ebenso. Wir verzichten auf alles, was der Qualität nicht dient. Brauen unser Bier in Kupferkesseln, verwenden ausschließlich Naturhopfen und vermeiden Hektik. Genauso regional wie die Wurzeln unserer Familien

ist auch die Fertigung unserer Produkte. Wir verwenden Wasser aus den eigenen Quellen, Malz aus der Region und Hopfen aus Deutschland – und auch Horl fertigt die Messerschleifer regional. Immer mehr Genießer wissen unsere Produkte zu schätzen – regional wie darüber hinaus. Damit zeigt sich wieder einmal: Anspruch zahlt sich aus.

DIE HIGHLIGHTS AUF EINEN BLICK

- Für den präzisen Schliff: Diamant-Schleifscheibe und Edelstahl oder Keramik-Abziehscheibe
- Für unzählige Ansprüche: 20° Schleifwinkel für stabile und 15° für filigrane Schärfe
- Für das Auge: Design mit Eiche, Nussbaum, Massivholz oder eloxiertem Aluminium