

MORITZ FIEGE ZEITUNG



Informationen für unsere Kunden & Partner



Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

was bedeutet Heimat? „Heimat ist kein Ort. Heimat ist ein Gefühl“, sagte jüngst Herbert Grönemeyer, ein berühmter Sohn und Botschafter unserer Stadt. Für uns ist Heimat das Ruhrgebiet. Die Menschen, die Erfahrungen und die Hoffnungen, die hier wohnen. Seit Generationen fühlt sich unsere Brauerei mit dem Ruhrgebiet verbunden. Hier liegen unsere Wurzeln, hier leben unsere Familien und Freunde. Hier arbeiten und gestalten wir. „Gegenseitiges Vertrauen“, „Wir-Gefühl“ und „Liebe zur Region“ – all das vereint die Privatbrauerei Moritz Fiege in der neuen Botschaft: „Der Ruhrpott hält zusammen“.

Die Verbundenheit im Ruhrgebiet weiter zu stärken – das ist unser Wunsch. Die positiven Seiten der Region verantwortungsvoll zu fördern und zu entwickeln – die Kulturhauptstadt Ruhr 2010 hält großartige Aufgaben für uns bereit. Sie schenkt uns eine einmalige Chance: Zeigen wir der Welt, was in uns steckt. Als Ruhrgebietsbrauerei nehmen wir diese Herausforderung begeistert an. Denn schließlich ist auch unser Bier ein Botschafter regionaler Kultur. 

Jörg Fiege *Jörg Fiege*



GROSSE SAMMELAKTION FÜR NOSTALGIE-SCHILDER Auf den Punkt kommt es an

Auf den Punkt kommt es an – bei der neuen Sammelaktion für Moritz Fiege Nostalgie-Schilder. Wie bereits bei der erfolgreichen Aktion im Jahre 2005 – hier konnten sich die Verbraucher eine streng limitierte Glaskrug-Edition sichern – geht es auch diesmal darum, möglichst viele Sammelpunkte zu ergattern. Schon ab vier Punkten gibt es eines der begehrten Blechschilder mit historischen Motiven. Mit der Aktion unterstützen wir den Abverkauf der Moritz Fiege Biere im Handel.

Dekorative Hingucker, die ein Stück Bier-Kultur des Ruhrgebiets aufleben lassen: Unsere Blechschilder im Format von 8 mal 11 cm zeigen historische Werbemotive und dokumentieren liebevoll die Präsentation unseres Bieres. Die Nostalgie-Schilder im zeitgemäßen Retro-Design

können sowohl an die Wand genagelt und geklebt oder sogar als Magnet eingesetzt werden. Diese einmalige und limitierte Moritz Fiege Sonder-Edition hält die Geschichte der Privatbrauerei Moritz Fiege auf individuelle Art präsent und lebendig. Denn: Tradition ist Teil unserer Bier-Kultur.

(Fortsetzung auf Seite 2)

Seite 3 | **Dreimal Gold im härtesten Biertest der Welt**

Seite 4 | **Mit Radler und Hefeweizen in den Sommer**

Seite 5 | **Schwarzbier Cola setzt neuen Trend**

Seite 6 | **Den Geist der Marke sichtbar machen**



BIERKUTSCHERMÜTZE FÜR WERNER ALTEGOER VfL-Urgestein wird fünfter „Mützenträger“

Auszeichnung für ein Urgestein: Werner Altegoer, Aufsichtsratsvorsitzender des VfL Bochum, ist neuer Träger der Moritz Fiege Bierkutschermütze. Im Rahmen unserer traditionellen Zwickelbierprobe am 2. März 2007 setzten Jürgen und Hugo Fiege dem Bochumer Unternehmer die begehrte Kopfbedeckung auf. Damit würdigten die beiden die großen Verdienste Altegoers um den Fußball in der Ruhrstadt. Jürgen Fiege: „Mit der Bierkutschermütze ehren wir Persönlichkeiten des Ruhrgebiets, die sich in besonderem Maße für das Gemeinwohl engagieren und gern ein gut gezapftes Bier genießen.“

Werner Altegoer reiht sich nach Bochums Alt-OB Ernst-Otto Stüber (2002), dem ehemaligen Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement (2003), Kabarettist Frank Goosen (2004) und Bundestagspräsident Dr. Norbert Lammert (2005) als Fünfter in den Ehrenkreis der „Mützenträger“ ein. „Ich fühle mich geehrt, von einem der engagiertesten Unternehmen meiner Heimatstadt einen solchen Preis entgegennehmen zu dürfen“, sagt der langjährige Präsident des VfL Bochum. Das mit der Auszeichnung verbundene Preisgeld von 5.000 Euro spendet Altegoer der Stiftung Kinderzentrum Ruhrgebiet: „Mit dem Geld möchte ich kranken und benachteiligten Kindern in der Region helfen. Als Bochumer fühle ich mich mit der Stadt und dem Ruhrgebiet sehr verbunden.“

NOSTALGIE-SCHILDER Punkt für Punkt ans Ziel

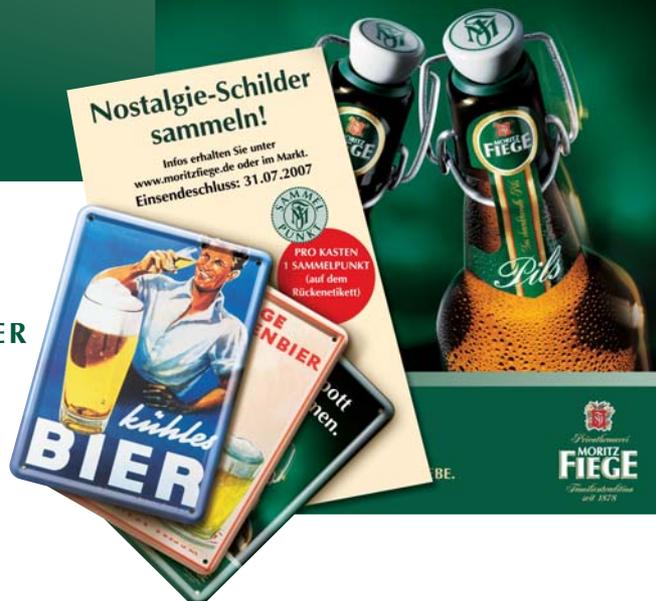
(Fortsetzung von Seite 1)

Punkt für Punkt zum Nostalgie-Schild. Wie es geht? Ganz einfach: In jedem 20 x 0,5l Fiege-Kasten (MORITZ FIEGE PILS, GRÜNDER HELL, WEIZEN, LEICHT und RADLER) versteckt sich auf einer Flasche ein Rückenetikett mit Sammelpunkt. Außerdem befindet sich in jedem Kasten zusätzlich ein Sammelheft, in das die Moritz Fiege Sammelpunkte eingeklebt werden können.

Fleißige Sammler können so ganz schnell punkten: Schon ab vier Punkten dürfen sie sich über ein Nostalgie-Schild mit Überraschungsmotiv freuen. Ab sieben Punkten gibt es zwei Schilder. Bei neun Punkten rollt die komplette Edition an: drei Schilder mit historischen Werbemotiven.

Sammelfieber im Ruhrgebiet: Um die Aktion bekannt zu machen, unterstützen wir unsere Vertriebspartner mit zahlreichen Werbemitteln. Zum Hören: Schalten wir einen Funkspot in den Lokalradios der Region. Zum Sehen: Eine Zeitungsanzeige sowie Plakate und Deckenhänger in den Formaten DIN A2 und DIN A3 für die einzelnen Märkte lenken die Blicke auf die Sammelaktion. Zum Mitnehmen: Zusätzlich zu den Sammelheften in den

Der Ruhrpott hält zusammen.



Kästen überlassen wir jedem Vertriebspartner weitere Sammelhefte zum Auslegen in den jeweiligen Geschäften.

Teilnehmen darf jeder Sammler, der das 18. Lebensjahr vollendet hat. Gültig sind nur Original-Sammelpunkte, die auf der Original-Postkarte im Moritz Fiege Sammelheft eingeklebt wurden. Die Postkarte mit der gewünschten Anzahl an Punkten kann bis zum Ende der Aktion am 31. Juli 2007 an die Privatbrauerei Moritz Fiege geschickt werden. Dabei ist entscheidend: Absender nicht vergessen, denn wir liefern die Schilder ganz bequem nach Hause. Weitere Informationen zur Aktion unter unserer Info-Hotline 0234-6898124 oder unter www.moritzfiede.de. ☎



Dirk Raskopf, trinkgut

„Jetzt gibt es gleich drei Gründe, sich beim Getränkekauf für Fiege zu entscheiden: Fleißig Punkte sammeln, auf Nostalgie-Schilder

freuen und natürlich den unvergleichlichen Geschmack von MORITZ FIEGE PILS genießen. Die Verkaufsförderungsaktion ist eine super Idee – da mach ich gerne mit.“



QUALITÄT BESTÄTIGT

Dreimal Gold im härtesten Biertest der Welt

Aller guten Dinge sind drei: Gleich drei Sorten aus unserem Hause zeichnete die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) in diesem Jahr mit einer Goldmedaille aus. Spitzennoten verteilten die DLG-Tester für MORITZ FIEGE PILS, GRÜNDER HELL UND RADLER. „Diese Sorten sind Ausdruck unserer hohen braumeisterlichen Kompetenz“, so Geschäftsführer Jürgen Fiege.

Der jährlich stattfindende Wettbewerb ist eine Messlatte für unsere Leistungen und eine Bestätigung für unsere Arbeit auf Spitzenniveau. „Die drei Goldmedaillen zeigen, dass es richtig ist, an den hohen Moritz Fiege Qualitätsstandards kompromisslos festzuhalten“, sagt Braumeister Gerhard Schröder. „Bier ist ein lebendiges Produkt. Deshalb kommt es darauf an, bei der Herstellung stets das Beste zu erreichen.“ Die Teilnahme am DLG-Qualitätswettbewerb hat bereits Tradition: Seit 1990 gehen wir mit un-

seren Erzeugnissen regelmäßig an den Start und landen dabei immer in den Medaillenrängen. Gerhard Schröder: „Die eigentlichen Gewinner sind daher die Biertrinker.“

**Spitzennoten für Pils,
Gründer Hell und Radler**

Insgesamt 171 Brauereien aus sieben Nationen beteiligten sich dieses Mal an dem DLG-Qualitätswettbewerb.



623 Biere durchliefen dabei die Labor- und sensorischen Analysen – so viele wie nie zuvor. Geruch, Geschmack, Reinheit der Bittere, Trübung, Schaumhaltbarkeit: Eine Fachjury aus Brauereixperten und Wissenschaftlern untersucht jeweils zwei Proben unterschiedlichen Produktionsdatums nach strengen Prüfkriterien. Der DLG-Qualitätswettbewerb gilt daher als härtester Biertest der Welt. Zugelassen sind nur Biere, die nach dem deutschen Reinheitsgebot von 1516 gebraut sind. 🍷



Traditionsvereine stärken Verbundenheit

Schützen, Karnevalisten, Bergmannsknappen: Mehr als 50 Traditionsvereine des Ruhrgebiets folgten in diesem Jahr unserer Einladung und trafen sich am 27. Februar 2007 in der Brauerei zum traditionellen Moritz Fiege Gründerstammtisch. Getreu unserem Motto „Der Ruhrpott hält zusammen“ möchten wir mit der Aktion die Verbundenheit in der Region stärken. „Die Einladung ist ein Dankeschön an all diejenigen, die mit großem Eifer und Kreativität die Vereine führen und nach vorne bringen“, sagt Hugo Fiege. Denn: „Brauchtum braucht Wertschätzung und Raum, sich zu entfalten.“



FÜR SELBSTZAPFER Genuss vom Fass

Start frei für die Partysaison! Ein Gast darf dabei auf keiner Fete fehlen: das Moritz Fiege 5-l-Party-Fässchen. Klein, handlich und praktisch – zu einem geselligen Sommerabend gehört der Genuss aus dem Fass einfach dazu.

Selbstzapfen – völlig unproblematisch: Der eingebaute Zapfhahn und die Fassbelüftung machen die Bedienung des 5-l-Fässchens mit MORITZ FIEGE PILS zu einem Kinderspiel. Ganz ohne zusätzliche Anlage oder Zubehör kann sich jeder so sein eigenes frisches Bier zapfen. Das 5-l-Fass ist pfandfrei und passt durch seine kompakte Größe in jeden handelsüblichen Kühlschrank – für ein „kühles Blondes“ zwischendurch.



GUT GEGEN DEN DURST

Mit Radler und Hefeweizen in den Sommer

Ob Gartenparty, Grillabend oder ein Ausflug zum Baggersee: Im Sommer geht nichts über eine kühle Erfrischung. Mit MORITZ FIEGE RADLER und MORITZ FIEGE WEIZEN haben wir gleich zwei spritzig-belebende Sorten im Angebot – die idealen Durstlöcher für herrliche Sonnentage.

Das „Radler“ gilt als der Urvater aller Biermischgetränke. Der Legende nach soll es von einem bayerischen Gastwirt aus der Not heraus erfunden worden sein. Der kam eines schönen Tages durch den Ansturm vieler Radfahrer mit seinen Biervorräten ins Schleudern und mischte sein Helles mit Limonade. Die erfrischende „Radler-Maß“ wurde zu einem wahren Renner.

Im Ruhrgebiet dreht unser MORITZ FIEGE RADLER seit Mai 2000 seine Runden. Damals waren wir die erste Brauerei in unserem Vertriebsgebiet, die ein Biermischgetränk in ihr Angebot aufnahm. Nach wie vor erfreut sich der Durstlöcher

aus 50 Prozent MORITZ FIEGE GRÜNDER-HELL und 50 Prozent Zitronenlimonade großer Beliebtheit.

Aus Bayern ins Ruhrgebiet: Auch die zweite unserer 2006 eingeführten „Sommersorten“ hat ihre Wurzeln im blau-weißen Bundesland: das MORITZ FIEGE WEIZEN. Bei der Herstellung kooperieren wir mit einem süddeutschen Partner – er ist wie wir Mitglied in der Vereinigung „Die Freien Brauer“ und bringt als Spezialist Wissen rund ums Weizen mit. Nach unseren Qualitätsvorstellungen braut unser Partner das MORITZ FIEGE WEIZEN und sorgt dabei stets für seinen mildwürzigen, fruchtig-spritzigen Geschmack. 🍷

Top-Gastronomen im „Menue Karussell“

Gemeinsam mit den Gastronomen und dem Niggemann Food Frischemarkt möchten wir mit der Aktion die kulinarische Vielfalt der Region unterstützen und fördern. Denn, da sind sich die „Menue Karussell“-Initiatoren Herwig Niggemann und Hugo Fiege einig: „Die Revier-Gastronomie hat jede Menge zu

bieten.“ Bei einer Runde im „Menue-Karussell“ haben Feinschmecker die Möglichkeit, die appetitlichen Seiten des Ruhrgebiets näher kennenzulernen, Neues zu probieren und Bekanntes wiederzuentdecken – deshalb wird auch 2008 das kulinarische Karussell wieder Fahrt aufnehmen.

Schwarzbier
Cola



Schwarzbier



STARKER AUFTRITT

Schwarzbier Cola setzt neuen Trend

Der Name hat sich geändert, der Geschmack bleibt: Bläck Mäx & Cola heißt ab sofort MORITZ FIEGE SCHWARZBIER COLA. Die neue, starke Sortenbezeichnung und ein veränderter Auftritt werden die Verkaufszahlen weiter steigen lassen. Schließlich sind wir die einzige Brauerei, die ein Mischgetränk aus Bier und Cola in der 0,5-Liter-Bügelverschlussflasche anbietet.

Bereits seit einiger Zeit führen wir unsere Schwarzbier-Spezialität – früher bekannt als Bläck Mäx – unter der Bezeichnung MORITZ FIEGE SCHWARZBIER. Diese Veränderung von Name und Ausstattung hat sich sehr positiv auf die Verkaufszahlen in unserem Absatzgebiet ausgewirkt. Die logische Konsequenz: Seit Februar 2007 bieten wir auch unser Biermischgetränk unter neuem Namen an: MORITZ FIEGE SCHWARZBIER COLA. Dabei bekam das coole Schwarze gleichzeitig auch ein neues Gewand: Gab es Bläck Mäx & Cola nur in der 0,33l Longneck-Flasche, so gibt es Schwarzbier Cola nun ausschließlich in der typischen 0,5l Moritz Fiege Flasche mit Bügelverschluss.

Insgesamt erfreuen sich Biermischgetränke immer größerer Beliebtheit. Zum einen wegen des niedrigeren Alkoholgehaltes, zum anderen aber auch weil vielen – besonders jüngeren Menschen – der süßere Geschmack entgegenkommt. Besonders in Szenekneipen und Diskotheken sind die Mixgetränke deshalb sehr angesagt.

Genau hier ist auch MORITZ FIEGE SCHWARZBIER COLA zu Hause. Die dunkle Mischung aus 50 Prozent MORITZ FIEGE SCHWARZBIER und 50 Prozent koffeinhaltigem Erfrischungsgetränk macht es zur idealen Erfrischung für warme Frühlingstage und heiße Sommernächte. 

GLASKLARE SACHE Das kleine Schwarze für Genießer

Tiefgründig und edel, fein-würzig und mit malziger Süße – unser MORITZ FIEGE SCHWARZBIER ist Ausdruck von traditioneller Braukunst auf höchstem Niveau. Im neuen Spezialitätenglas entsteht sofort das richtige Verhältnis von Bier und Bierschaum – die Voraussetzung für ein optimales Geschmackserlebnis. „Die breite, kelchartige Form unseres neuen Schwarzbierglases sorgt für eine niedrige Schaumkrone“, sagt Hugo Fiege. „Die süßlich-malzigen Geschmackskomponenten im Bier kommen viel deutlicher zum Vorschein als die Bitterstoffe, die sich zum größten Teil im Schaum befinden.“ Außerdem gilt natürlich auch in diesem Fall: Das Auge trinkt mit – und so kommt die dunkle, rotbraune Färbung unseres Schwarzbieres in dem neuen Spezialitätenglas besonders gut zur Geltung.



Kulinarische Dreamteams verzauberten die Gäste

Bei den Bezirksmeisterschaften 2007 in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen wetteiferten 22 angehende Köche, Hotel- und Restaurantfachleute aus Betrieben in Bochum, Hattingen und Witten um den Sieg. Gemeinsam mit dem Niggemann Food Frischemarkt unterstützen wir diesen Wettbewerb mit großer Begeisterung. „Solche Dreamteams hatten wir in der Küche schon lange nicht mehr“, lobte die Jury die Teilnehmer im Alice-Salomon-Berufskolleg, „jeder hätte den ersten Preis verdient.“ Am Ende jedoch hatten der Koch Anton Davydenko (Bochum), die Restaurantfachfrau Sigrid Dobrinski (Bochum) und die Hotelfachfrau Julia Hofmann (Witten) die Nase vorn.



SUPERSIGNAL

Den Geist der Marke sichtbar machen

Einprägsam und leicht wiedererkennbar – so sollte Werbung sein. Doch manchmal reicht das eben noch nicht aus, weiß Charles Greene von der Werbeagentur „supersieben“. Er zeichnet maßgeblich für unseren neuen Werbeauftritt verantwortlich. Das Geheimnis: Aus den reinen Markenwerten muss ein Supersignal® entstehen – die optimale Art, den Kunden zu erreichen.

Redaktion: Herr Greene, Sie haben in Ihrer Agentur die Idee des Supersignals® entwickelt. Was steckt dahinter?

Charles Greene: Ein Supersignal® macht den Geist einer Marke sichtbar. Es verkörpert die Haltung und die innere Einstellung eines Unternehmens – den Markenkern, wenn Sie so wollen. Dabei ist entscheidend, dass sich das Supersignal® an der Kundensicht orientiert. Kunden haben gegenüber einer Marke oder einem Produkt eine bestimmte Haltung und Erwartung. Wir als Werbefachleute müssen also nicht nur darüber nachdenken, was die Marke zu bieten hat, sondern auch, was der Kunde sucht. Denn nur so findet

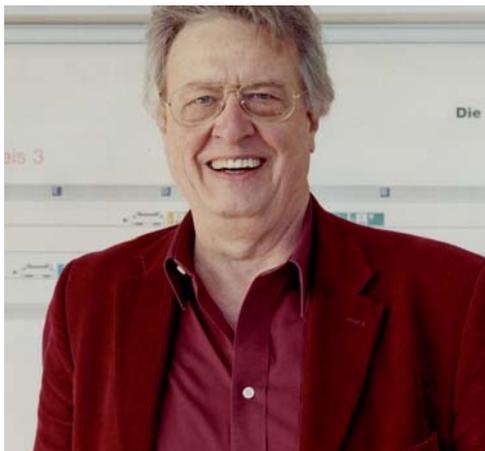
man die richtige Geisteshaltung, aus der das Supersignal® entstehen kann.

Redaktion: Sie haben sich also für die Kampagne an den Menschen im Ruhrgebiet orientiert?

Charles Greene: Ja, um für die Privatbrauerei Moritz Fiege ein Supersignal® zu entwickeln, haben wir darüber nachgedacht: Was zeichnet den „Ruhrpottler“ aus – damals wie heute? Was erwartet er von seinen Mitmenschen, Freunden, Lieblingsmarken? Unser Ergebnis: Die Menschen im Ruhrgebiet legen großen Wert auf Zusammenhalt in schwierigen Situationen, auf gegenseitiges Vertrauen.

Redaktion: Wie sieht die konkrete Umsetzung in diesem Falle aus?

Charles Greene: Tradition, Qualität, Frische, ausgewählte Zutaten, Herkunft – all dies sind typische Markenwerte für Bier. Doch berücksichtigt man die Überlegungen zur Geisteshaltung der „Ruhrpottler“, eignet sich im Falle der Privatbrauerei Moritz Fiege der Aspekt der Herkunft am besten als Supersignal®. Auf diese Weise entstand der Slogan: „Der Ruhrpott hält zusammen“. Er steht für die regionale Verbundenheit. Die eingehakten Bügelflaschen demonstrieren: „Du kannst mir vertrauen. Ich lass dich nicht im Stich.“ 🍻



CHARLES GREENE Supersieben Werbeagentur

Charles Greene kam 1971 nach Deutschland. Er war 29 Jahre Creative Director bei Grey, die letzten 16 Jahre als Geschäftsführer Kreation und General Manager in Düsseldorf.

Ausgezeichnet mit 7 Effies, 2 M&M Auszeichnungen in London für Global Advertising Effectiveness.

Im Jahr 2000 entschied sich C. Greene, endlich, die Dinge zu machen, die er immer machen wollte: Er schrieb ein Buch „Wie ich lernte, die Deutschen zu lieben“, entwickelte Spielzeuge, entwarf Internet-Ideen.

Vor einiger Zeit gründete er die Supersieben Werbeagentur, die auf die Entwicklung von „Supersignals“ spezialisiert ist.



AUF BRAUKULTTOUR BEI FIEGE Hopfenduft schnuppern, Pils genießen

Wir brauen, Sie schauen – unter diesem Motto können Besucher bei der Moritz Fiege BrauKultTour den kompletten Prozess der Bierherstellung mit allen Sinnen erleben. Der Rundgang führt die Besucher vom Brauerei-Kontor durch den Lagerkeller bis in die Zirbelstube. Für den Eintritt von 10,00 Euro bieten wir nicht nur eine fachkundige Führung, Bierverkostung und einen Imbiss, sondern am Besichtigungstag auch freie Fahrt mit Bussen und Bahnen unserer Partner Bogestra und VRR. Weitere Informationen unter www.moritzfiege.de



Matthias Glotz, Geschäftsführer Bochum Marketing:

„Die BrauKultTour bei Fiege gehört zu den Highlights in Bochum. Eintrittskarten zur Tour gibt es in unserem Ticketshop in der Bochumer City. **Mein Tipp:** Wer einen festen Termin im Auge hat, sollte früh zugreifen, denn die Karten sind oft schon weit im Voraus vergriffen.“

IMPRESSUM

MORITZ FIEGE ZEITUNG

Auflage: 4000

4. Jahrgang

Herausgeber

Privatbrauerei Moritz Fiege
Scharnhorststraße 21–25, 44787 Bochum
Fon: 0234-68980, Fax: 0234-6898111
info@moritzfiege.de

Text

JournalistenBüro Herne
Straßburger Straße 32, 44623 Herne

Realisation und Gestaltung

Gregor&Strozik Design GmbH
Brückstraße 33, 44787 Bochum
www.gregor-strozik.de

VFL-TORWART ZU GAST BEIM PREMIUMPARTNER

Ballkünstler und Brauereixperte

Herzlich willkommen im Ruhrgebiet: Mit einer Besichtigung der Privatbrauerei Moritz Fiege ist der neue Torwart des VfL Bochum, Jaroslav Drobný, endgültig im „Pott“ angekommen. Hugo Fiege begrüßte den VfL-Neuzugang, Braumeister

Endgültig im Ruhrgebiet angekommen

Gerhard Schröder führte den Tschechen durch die gesamte Produktion und zeigte ihm alle Stationen der Bierherstellung. Bei seinem Rundgang erwies sich Drobný dabei als wahrer Brauereixperte. Kein Wunder – startete er doch seine Fußballkarriere in der weltberühmten Bierstadt Budweis.

Insgesamt eine Stunde lang schlenderte Drobný wissbegierig durch unser Unternehmen. Seit wann gibt es die Brauerei? Wie viele Angestellte arbeiten hier? Wie

viele Flaschen werden täglich befüllt? Braumeister Gerhard Schröder antwortete auf seine Fragen in fließendem Englisch. Zum Schluss probierte der Profisportler natürlich auch das fertige Produkt: „In meiner Freizeit trinke ich gerne mal ein Bier“, sagt Drobný.

Zu Beginn der Rückrunde beim VfL Bochum gestartet, hat sich Jaroslav Drobný schon nach wenigen Wochen gut im Ruhrgebiet eingelebt. „Ich fühle mich sehr wohl in Bochum“, sagt der 27-Jährige.

Gut in Bochum eingelebt

„Ziemlich viel Verkehr, aber eine tolle Innenstadt. Ich mag die freundliche Atmosphäre in den Cafés und die lebhaften Straßen mit den vielen Menschen.“

1.300 Euro-Spende unterstützt „SchlafamZug“

Während des traditionellen Tannenbaumschlagens im Dezember 2006 sammelten unsere Mitarbeiter für „SchlafamZug“ – die Notschlafstelle des Bochumer Kinderheims Overdyck. 1.300 Euro kamen so zusammen. Die Spende unterstützt die Mitarbeiter von „SchlafamZug“ dabei, den jungen Erwachsenen hier ein Stück normales Leben zu bieten.



Klaus-Peter Pfeiffer (Kinderheim Overdyck), Timo Schroll (Vorsitzender des Fiege Betriebsrates), Thorsten Entrop (Leiter der Notschlafstelle „SchlafamZug“) und Brauerei-Geschäftsführer Jürgen Fiege (v.l.)

Der Ruhrpott hält zusammen.



FIEGE. AUS BOCHUM UND AUS LIEBE.


Privatbrauerei
**MORITZ
FIEGE**
Familientradition
seit 1878