

Kolekcininkui svarbiau už alų – etiketė ir butelio kamšteliš

GINTARAS NENARTAVIČIUS

Kalnai įvairios atributikos

Šiandien į alaus restoraną-daryklą „Bravarija“ užsukę šio gėrimo mėgėjai gali nustebti – ant stalų jie pamatys ne kalnus maisto ir gėrimų, o daug tuščių bokalų, etikečių, padėkliukų, kamštelių ir kitos alaus atributikos.

„Akropolyje“ esančioje „Bravarijoje“ šeštadienį rengiama 6-oji tarptautinė alaus atributikos kolekcininkų birža, į kurią ketina susirinkti apie šimtą žmonių iš Lietuvos ir aplinkinių valstybių.

Šalies kolekcininkai stengiasi išsaugoti per keletą metų susiformavusią tradiciją ir antrajį rugpjūčio savaitgalį surengti oficialų susibūrimą, kuriam dažnas jų ruošiasi visus metus.

Nors aktyviausieji kasmet po keletą kartų išvažiuoja į užsienyje vykstančius kur kas didesnius ir senesnes tradicijas turinčius renginius, ne vienam kolekcininkui užimtumas neleidžia savo pomėgiui skirti tiek dėmesio, kiek norėtusi.

Pirmaoji tarptautinė mugė Vilniuje vyko 2002 metais, tačiau visi penki ligšioliniai susitikimai buvo rengiami išnuomotose salėse, o ne alaus darykloje.

Iėjimas – nemokamas

„Bravarija“ pakvieta kolekcininkus po savo stogu, nes čia jau ne kartą šeštadieniais vykdavo mažesni alaus atributikos rinkėjų susibūrimai.

Patogus susiseikimas ir retiesnės, ne ant kiekvieno kampo pilstomo, alaus rūšys, – tikriesiems šio gėrimo gurmanams tai daug reiškia.

Šios dienos renginys „Bravarijoje“ bus atviras visiems lankytojams, nors anksčiau, kaip ir daug kur užsienyje, būdavo taikomas iėjimo mokesčis.

„Idėja mums pasirodė įdomi, todėl manome, kad tai bus įdomu

ir mūsų lankytojams“, – sakė restorano savininkės bendrovės „Ultrapramogos“ rinkodaros projektu vadovė Inga Žukovskytė.

Beje, „Akropolyje“ prieš porą metų duris atvėrės vokišką tradiciją alaus restoranas iškart atkreipė dėmesį į alaus kolekcininkus ir šalia iškūrė atributikos parduotuvę. Joje „Bravarijoje“ firminių bokalų ir kitos atributikos gali išsigyti kiekvienas panorėjęs. Daugelyje kitų panašių įstaigų kolekcininkams tenka kauliti šiu gėrybių iš barmenu ir padavėjų.

Entuziastų – vis daugiau

Alaus atributikos, kuri pasaulėje apibūdinama tarptautiniu žodžiu „breveriana“, kolekcionavimas sostinėje sparčiai plinta.

Prieš šešerių metus savo veiklą oficialiai pradėjės pirmasis alaus atributikos kolekcininkų klubas „Alutis“ – jau ne vienintelis. Šiemet dalis jaunesnės kartos entuziastų iškūrė naują klubą „Prie bokalo“, o kiti nuolat bendrauja interneto erdvėse esančiuose forumuose.

Vyresnės kartos kolekcininkai dažniausiai rinko alaus butelių etiketes ir padėkliukus, o dabar bene populiarusias tapo stiklo taros – bokalų ir taurių – kolekcionavimas. Daugėja ir renkančiųjų kamštelių.

Mažiau yra besidominčių skardinėmis, kalendoriukais, atidarytuvais.

Didesnį stažą turintys kolekcininkai yra pasirinkę savo specializaciją, nes viską surinkti tiesiog fiziskai neįmanoma.

Vertingiausios yra senosios attributikos – dar XIX ar XX amžiaus pradžioje veikusių daryklų butelių, etikečių, kamščių, reklamų – kolekcijos. Tačiau tai – brangios vertybės, todėl jos retai parodo mos masiniuose susibūrimuose.

Vertingas kolekcijas yra sukaupė daugiausia etiketes renkantys vilniečiai Žygimantas Šalkauskas, Valentinas Ukolovas, biržietis Po-

vilas Mikalajūnas, daugiausia padėkliukų turi vilniečiai Danas Tamelis, Linas Turauskas, bokalų ir taurių – kaunietis Algiris Rušys.

Vilmietė Ala Karanauskienė surinko jau beveik 18 tūkst. kamštelių, kaunietis Andrius Pieškus – apie 15 tūkst.

Smagu sutiki bendraminčių

Kolekcionavimo aistra – nesvertima lietuviams, kurių keliaudami po pasauly neretai bare nustebina barmeną prašymu neišmesti atidaryto alaus kamšteliu ar padavanoti keletą padėkliukų.

Yra žmonių, kurie kolekcionuoja nesiekdamis jokių skaičių ar rekordų, o tiesiog norėdami prisiminti keliones ar išgerto alaus rūšis.

Tačiau sutikus panašų pomėgi turintį alaus mėgėją, ši aistra tiesiog suliepsnoja – prasideda maišai, įdomesnių egzempliorių paieškos.

„Kai kolekcionavau pats sau, kolekcija pildėsi labai pamažu,

Tiesiog nemaniau, kad yra tiek daug besidominčiųjų alaus atributika ir norinčiųjų keistis“, – sakė vilnietas Audrius Ivanauskas.

Virginijus Bražys ilgai rinko tik minjonus – mažus alkoholinių gėrimų buteliukus.

Kamštelius nuo alaus jis tikтай „priglausdayo“, tačiau sutikęs būrių bendraminčių atrado žymiai įdom-



Alaus bokalų, taurių ir kitos atributikos kolekcionavimas sparčiai populiarėja.

mesnį „breverianos“ pasauly.

„Pomėgis, skirtingai nei darbas, dažniausiai reikalauja tik sa-

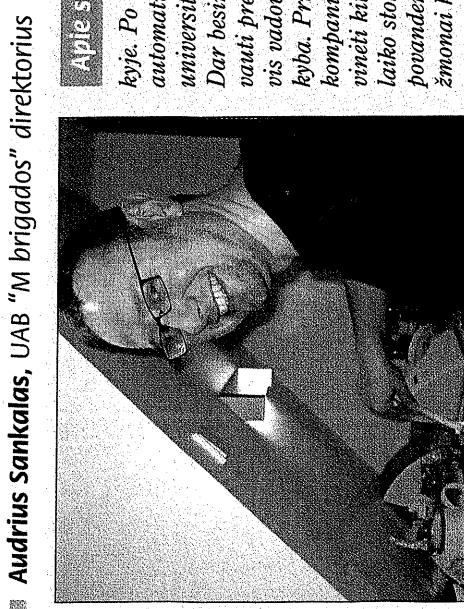
naudą, tačiau padeda atitrūkti nuo

rūpesčių, teikia moralinį pasiten-

mą“, – kolekcininkų filosofijai pri-

tarė „Bravarijos“ atstovė A.Žukovskytė.

INTERVU 2X13

13 Klausimų dviem rinkodaros specialistams

Audrius Sankaičius, UAB "M brigados" direktorius

Apie save:

Gimiai, augau ir mokyta baigian Vilnius
kyje. Po meginių studijuoti fiziką ir
automatiką baigian Vytauto Didžiojo
universiteto Verslo ir vadybos fakultetą.
Dar besimokdamus VDU įmėiu vadovauti prekybos kompanijai. Nuo tada
vis nuodovanau ir buvau susiję su prekyba. Prieš þorą metu įsteigiau sano
kompaniją, kuri padeda geriau þardavinti klientus. Iš daugelio pomenigų del
laiko stokos danguansias demesio skiriu
povandeninė fotografinių išsiuotų
žmonai kuriant kulinarinius šeherus.

1 Kas jūsų darbe sunkiausia?

- Isaiškinti klientams, kad rinkodara - ne krepsinis, todėl ji reikia patiketi specialistams.
- Jtinkinti klientus, kad reikia planuoti ir tu planu laikytis.

2 Kokios iþrastos rinkodaros specialistų kaidos?

- Akta mielié savo idéjai, dėl kurios neatkreipiamas démesys į tikslius - rinkodara reikalingai tam, kad imone uždirbtų daugiau.
- Per menkas démesys įgyvendinimo kokybei, palyginti su kurybiniu darbu.

3 Kada ateina laikas keisti darbą?

- Deja, ko nors naujo, ka toliau būtu galima placiati talkty, rinkodaros subukturas: produktais (technologija), pragmatiška komunikacija (nebuvo stebuklingi siukai, bet jei turėtų gera pastiūmą, dažnai pakanka tik tinkamai apie jį pranešti), patraukli kainodara ir gerais įnaudoti pardavimo kanalai. Tai taip pat buvo klasikinis poreikio sukūrimo pavyzdys ("create a need") - idiegus technologiją vartotojui buvo pasiūlyta ne tik palanki jos naudojimo kaina, bet ir palankios salygos įsigityti iranga - nešiojamuosius kompiuterius.

9 Ka pavadintumėte démesio vertomis lietuviškomis rinkodaros inovacijomis?

- Išskirčiau "Omni Connect", nes buvo įgyvendintas vienas veiksmų planas: subukturas

produktais (technologija), pragmatiška komunikacija (nebuvo stebuklingi siukai, bet jei turėtų gera pastiūmą, dažnai pakanka tik tinkamai apie jį pranešti), patraukli kainodara ir gerais įnaudoti pardavimo kanalai. Tai taip pat buvo klasikinis poreikio sukūrimo pavyzdys ("create a need") - idiegus technologiją vartotojui buvo pasiūlyta ne tik palanki jos naudojimo kaina, bet ir palankios salygos įsigityti iranga - nešiojamuosius kompiuterius.

9 Ka pavadintumėte démesio vertomis lietuviškomis rinkodaros inovacijomis?

- Deja, ko nors naujo, ka toliau būtu galima placiati talkty, rinkodaros subuktura nebuvovo. Džiugu, kad Lietuvoje atsiranda iðradinės rinkodaros reklamos pavyzdžiai: "Dirol" reklama ant statomo "Kempinski" viešbutio Vilniuje.

10 Ką pavadintumėte pagrindiniai žiniasklaidos pokyčiai 2007-2008 m.?

- Tai, kad atsirado daugiau reklamos internete alternatyvų. Dar pernai be "Defil.lt" nėdo doro negalėdavai pasiekti.

11 Kokias knygas šiuo metu skaitote?

- Richardo Bransono "Nekalbybės prara-

12 Kokie 5 jūsų mëgstamiausi pre-

- Atsakysiu lietuviiskai:

- "Levitra" (ši ženkla Lietuvos rinkoje įve-

- "Hugo Boss", "Volkswagen", Lietuvos vy-

13 Ką pavadintumėte tobulu laisva-

- Gal šio. Jis turi išlikti orus ir su savo ne-

- "Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

14 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

15 Ką pavadintumėte tobulu laisva-

- Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

16 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

17 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

18 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

19 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

20 Domus mineraliniai vandenys

- Domus mineraliniai vandenys

21 Drogas, Loreta Zieienė

- Drogas, Loreta Zieienė

22 Euro RSCG MIA, Kestutis La-

- Euro RSCG MIA, Kestutis La-

23 Euro RSCG MIA, Edmundas Bag-

- Euro RSCG MIA, Edmundas Bag-

24 Euro RSCG MIA, Elvinas Jak-

- Euro RSCG MIA, Elvinas Jak-

25 Euro RSCG MIA, Silvija Merkyte

- Euro RSCG MIA, Silvija Merkyte

26 Euro RSCG MIA, Linda Krutulyte

- Euro RSCG MIA, Linda Krutulyte

27 Euro RSCG MIA, Gabrielė Bra-

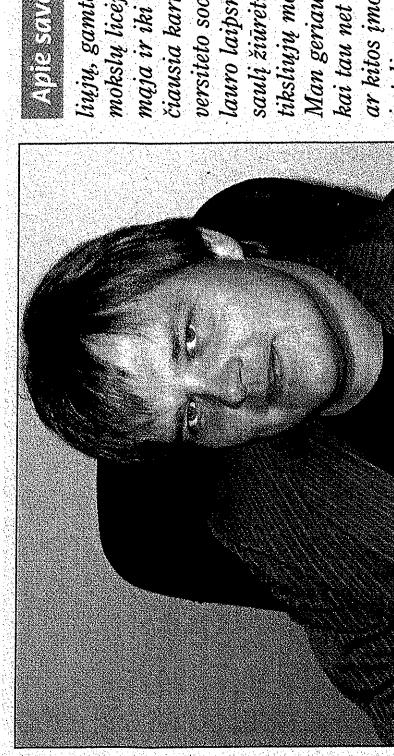
- Euro RSCG MIA, Gabrielė Bra-

28 Forticom, Aidas Kiraitis

- Forticom, Aidas Kiraitis

29 Hansa lizingas, Elena Šilovaite

- Hansa lizingas, Elena Šilovaite

Donatas Vilimas, UAB "Rinkom" direktorius**Apie save:**

Gimiai, augau ir mokyta baigian Vilnius
kyje. Po meginių studijuanti fiziką ir
automatiką baigian Vytauto Didžiojo
universiteto Verslo ir vadybos fakultetą.
Dar besimokdamus VDU įmėiu vadovauti prekybos kompanijai. Nuo tada
vis nuodovanau ir buvau susiję su prekyba. Prieš þorą metu įsteigiau sano
kompaniją, kuri padeda geriau þardavinti
klientus. Iš daugelio pomenigų del
laiko stokos danguansias demesio skiriu
povandeninė fotografinių išsiuotų
žmonai kuriant kulinarinius šeherus.

1 Kas jūsų darbe sunkiausia?

- Isaiškinti klientams, kad rinkodara - ne krepsinis, todėl ji reikia patiketi specialistams.

2 Kokios iþrastos rinkodaros specialistų kaidos?

- Akta mielié savo idéjai, dėl kurios neatkreipiamas démesys į tikslius - rinkodara reikalingai tam, kad imone uždirbtų daugiau.
- Per menkas démesys įgyvendinimo kokybei, palyginti su kurybiniu darbu.

3 Kada ateina laikas keisti darbą?

- Deja, ko nors naujo, ka toliau būtu galima placiati talkty, rinkodaros subukturas: produktais (technologija), pragmatiška komunikacija (nebuvo stebuklingi siukai, bet jei turėtų gera pastiūmą, dažnai pakanka tik tinkamai apie jį pranešti), patraukli kainodara ir gerais įnaudoti pardavimo kanalai.

9 Ka pavadintumėte démesio vertomis lietuviškomis rinkodaros inovacijomis?

- Išskirčiau "Omni Connect", nes buvo įgyvendintas vienas veiksmų planas: subukturas

produktais (technologija), pragmatiška komunikacija (nebuvo stebuklingi siukai, bet jei turėtų gera pastiūmą, dažnai pakanka tik tinkamai apie jį pranešti), patraukli kainodara ir gerais įnaudoti pardavimo kanalai.

9 Ka pavadintumėte démesio vertomis lietuviškomis rinkodaros inovacijomis?

- Išskirčiau "Omni Connect", nes buvo įgyvendintas vienas veiksmų planas: subukturas

produktais (technologija), pragmatiška komunikacija (nebuvo stebuklingi siukai, bet jei turėtų gera pastiūmą, dažnai pakanka tik tinkamai apie jį pranešti), patraukli kainodara ir gerais įnaudoti pardavimo kanalai.

10 Ką pavadintumėte pagrindiniai žiniasklaidos pokyčiai 2007-2008 m.?

- Didžianti reklama internete ir didėjantis pasirūpinimimas jai, t.y. įvairios programos, blokuojančios reklamas kaičiavimas juostas.

11 Ką pavadintumėte tobulu laisva-

- Manau, ši sritis bus iðdomiausia reklamos kaičiavimo reikšimiui.

12 Kokie 5 jūsų mëgstamiausi pre-

- Milano Kunderos "Nepakeliamo būties lengybė", Torgrimo Eggeno "Dizaineris".

13 Ką pavadintumėte tobulu laisva-

- "Ojalia" mergaičių projektas - viena re-

14 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- "Hugo Boss", "Volkswagen", Lietuvos vy-

15 Ką pavadintumėte tobulu laisva-

- "Geltonas telefonas", orą atitinkanti ap-

16 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- "Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

17 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- "Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

18 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- "Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

19 Ar tikite, kad virusinė rinkodara

- "Tikrai taip - patis praeita savaitę gaves ke-

20 Domus mineraliniai vandenys

- Domus mineraliniai vandenys

21 Drogas, Loreta Zieienė

- Drogas, Loreta Zieienė

22 Euro RSCG MIA, Kestutis La-

- Euro RSCG MIA, Kestutis La-

23 Euro RSCG MIA, Edmundas Bag-

- Euro RSCG MIA, Edmundas Bag-

24 Euro RSCG MIA, Elvinas Jak-

- Euro RSCG MIA, Elvinas Jak-

25 Euro RSCG MIA, Silvija Merkyte

- Euro RSCG MIA, Silvija Merkyte

26 Euro RSCG MIA, Linda Krutulyte

- Euro RSCG MIA, Linda Krutulyte

27 Euro RSCG MIA, Gabrielė Bra-

- Euro RSCG MIA, Gabrielė Bra-

28 Forticom, Aidas Kiraitis

- Forticom, Aidas Kiraitis

29 Hansa lizingas, Elena Šilovaite

- Hansa lizingas, Elena Šilovaite

Donatas Vilimas, UAB "Rinkom" direktorius**Apie save:**

Gimiai, augau ir mokyta baigian Vilnius
kyje. Po meginių studijuanti fiziką ir
automatiką baigian Vytauto Didžiojo
universiteto Verslo ir vadybos fakultetą.
Dar besimokdamus VDU įmėiu vadovauti prekybos kompanijai. Nuo tada
vis nuodovanau ir buvau susiję su prekyba. Prieš þorą metu įsteigiau sano
kompaniją, kuri padeda geriau þardavinti
klientus. Iš daugelio pomenigų del
laiko stokos danguansias demesio skiriu
povandeninė fotografinių išsiuotų
žmonai kuriant kulinarinius šeherus.

Asmeninio albumo nuotrauka.

Šiai nuotraukai

asmeninio albumo nuotrauka.

asmeninio albumo nuotrauka.

asmeninio albumo nuotrauka.