



Joachim Kilian, Braumeister der Burgdorfer Gasthausbrauerei, vor den Gärtanks. Brauer Jonas Blank nimmt eine Probe aus dem kupfernen Sudkessel.



Hans-Peter Grossenbacher bestückt die Harasse mit vollen Flaschen. Wie in jedem Lebensmittelbetrieb ist man hier auf Reinlichkeit bedacht.

Das ist unser Bier

Gute Zeiten für Biertrinker: Die Schweizer Braulandschaft ist so vielfältig wie seit 100 Jahren nicht mehr. Immer mehr Kleinproduzenten trotzen den internationalen Giganten mit lokalem Gerstensaft – und das erfolgreich. **Text: Markus Föhn; Fotos: Andreas Eggenberger**

Braumeister Joachim Kilian geht auf und ab vor den sieben Tanks in der Halle, blanker Chromstahl, meterhoch. Sieben Tonnen schwer ist jeder von ihnen und gefüllt mit 6000 Litern Bier, Burgdorfer Bier, Helles, Dunkles und Weizen, und Braumeister Kilian fragt in die Stille hinein: «Bei 58 Litern liegt der jährliche Pro-Kopf-Konsum in der Schweiz also?» Er verschränkt seine langen, kräftigen Arme vor der Brust, schmunzelt. «Hier in Burgdorf ist er bestimmt höher.»

Das ist zwar nicht belegbar, ziemlich sicher aber scheint: Die Kehlen der Burgdorfer erwarten sehnsüchtig das Bier, das hier in den Lagertanks reift, bis Kilian und seine Angestellten es in Fässer und Flaschen abfüllen. Als die Brauerei 1999 ihren Betrieb aufnahm, war sie für eine Kapazität von 500 Hektolitern Bier ausgelegt – mittlerweile produziert sie die sechsfache Menge: eine Million Stangen Bier im Jahr. «Es ist verrückt», sagt Kilian. «Jedes Jahr stehe ich hier und denke: Nächstes Jahr brauchen wir einen neuen Tank.»

Schon Goethe lobte das Burgdorfer Bier

Was in Burgdorf geschieht, ist Teil eines Phänomens, das die ganze Schweiz erfasst hat: Landauf, landab schiessen kleine, unabhängige Brauereien aus dem Boden, werden Sudkessel angeheizt, gärt Bier in Tanks, die in ehemaligen Garagen, alten Lagerhallen oder brandneuen Brauereigebäuden untergebracht sind. Im vergangenen Jahr gab es 257 steuerpflichtige Brauereien in der Schweiz, Schätzungen gehen davon aus, dass es heute schon gegen 300 sind. In den siebziger Jahren brauten nur gut 50 Betriebe Bier. Allein in den vergangenen drei, vier Jahren hat sich ihre Zahl verdoppelt. «Die Schweiz kann sich freuen», frohlockt aus dem Mund von Marcel Kreber, dem Direktor des Schweizer Brauerei-Verbands. «Sie kommt in den Ge-

nuss einer Biervielfalt, wie sie sie seit dem 19. Jahrhundert nicht mehr gesehen hat.»

Freilich machte das Bier dieser neuen, eher kleinen Betriebe nur einen geringen Teil der rund 3,6 Millionen Hektoliter aus, die vergangenes Jahr in der Schweiz gebraut wurden. Der Biermarkt befindet sich in den Händen der internationalen Biergrössen Carlsberg/Feldschlösschen und Heineken: Ihre Brauereien (siehe Grafik, Seite 42) produzieren je nach Schätzung zwischen 65 und 70 Prozent des Biers, das Herr und Frau Schweizer trinken. 20 Prozent werden importiert. Bleiben gerade noch 10 bis 15 Prozent für die unabhängigen Brauereien, für die alteingesessenen wie Schützengarten in St. Gallen, Rugenbräu in Interlaken oder Locher in Appenzell sowie für die neuen.

Doch trotz vergleichsweise geringen Marktanteilen stehen die unabhängigen Brauereien keineswegs auf verlorenem Posten. Ihre geringe Grösse ist ihr Trumpf: Je überschaubarer die Produktion, je kürzer die Transportwege zu den Konsumenten, desto weniger lange muss ihr Bier haltbar sein – sie können getrost darauf verzichten,

«Mit jeder Brauerei, die an einen grösseren Konzern ging, wuchs unsere Produktion.»

Alois Gmür, Bierbrauer

ihr Gebräu zu filtern und zu pasteurisieren. So erhält es ein Aroma, von dem Biergiganten nur träumen können und das den Kleinen eine treue Fangemeinde sichert.

Ebenfalls nicht zu unterschätzen ist die lokale Verankerung. Denn für Bierfreunde ist Bier mehr als bloss ein Durstlöcher. Eine Stange der 1997 im ehemaligen Zürcher Industriequartier gegründeten Turbi-

nenbräu steht für Urbanität, eine Flasche der 2005 gegründeten Biera Engiadinaisa aus Tschlin für ein altes Engadiner Bauernhaus, in dem mit Bergquellwasser gebraut wird. Burgdorfer Bier wiederum steht für eine wiederbelebte grosse Tradition: 1751 nahm in Burgdorf eine der ersten kommerziellen Brauereien der Schweiz den Betrieb auf. Den unbezahlbaren Werbespot dafür lieferte die Weltliteratur – Johann Wolfgang von Goethe, 1779 bei einem Besuch der Grabmäler in der Kirche von Hindelbank mutmasslich in den Genuss von Burgdorfer Bier gekommen, lässt im ersten Teil seines «Faust» einen Handwerksburschen ausrufen: «Nach Burgdorf kommt herauf, gewiss dort findet ihr/die schönsten Mädchen und das beste Bier.»

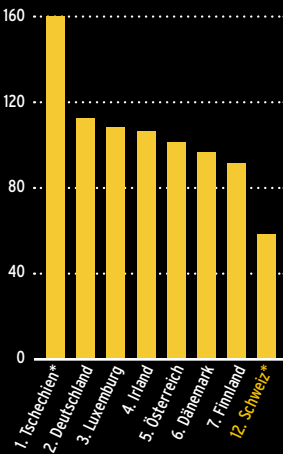
«Ausverkauf der Heimat»

«Die Welt ist globalisiert, viele Dinge sind austauschbar geworden», sinniert Alois Gmür, Präsident der Interessengemeinschaft Klein- und Mittelbrauereien. «Die Menschen halten sich daher an Symbolen fest, die unverkennbar für einen Ort, einen Landstrich oder eine Szene stehen, mit der sie sich identifizieren.» Symbole, wie Bier eben eines ist: das Bier aus der Gegend, in der man aufgewachsen ist, das immer dabei war, wenns lustig wurde, an den Festen, nach dem Grümpelturnier, am Grillabend. «Wenn da ein Grosskonzern kommt und eine alteingesessene Brauerei schluckt, empfinden das viele Leute als Ausverkauf der Heimat», sagt Gmür. «Es ist für sie, als nähme man ihnen etwas weg.»

Gmür weiss, wovon er spricht. Sein Betrieb, die Brauerei Rosengarten, braut im Wallfahrtsort Einsiedeln seit 1872 ein Bier, das ausserhalb seiner Stammlande gerne als «Weihwasser» belächelt wurde – bis die übermächtige Konkurrenz in der Schweiz Brauerei um Brauerei schluckte. «Mit jeder Brauerei, die an einen grösseren Konzern ging, wuchs unsere Produktion. Da gibt es

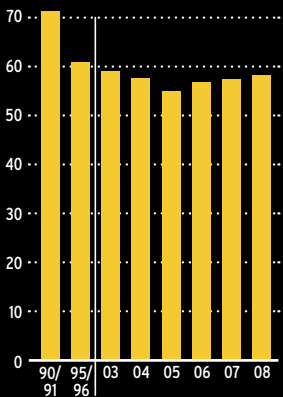
1 Bierkonsum in Europa: Schweiz an zwölfter Stelle

Durchschnittlicher Konsum pro Kopf, in Litern, 2007



2 Bierkonsum in der Schweiz: Talsohle durchschritten

Durchschnittlicher Konsum pro Kopf, in Litern

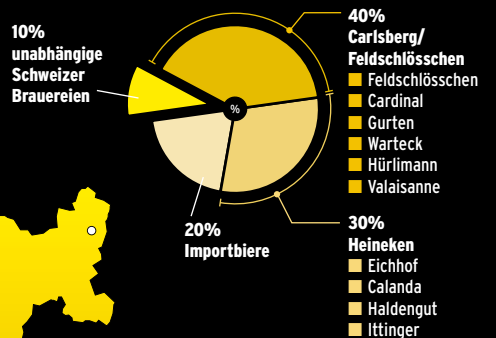


4 Bierbrauereien und Marktanteile: Konzentration in der Deutschschweiz

● steuerpflichtige Inlandbrauereien (Brauereien, die mehr als 400 Liter pro Jahr produzieren), 2009



Marktanteile im Schweizer Biermarkt, 2008



Die vier grössten unabhängigen Brauereien

- 1 Ramseier Suisse AG, Sursee (Detailhandel, etwa Denner)
- 2 Schützengarten, St. Gallen
- 3 Brauerei Locher, Appenzell
- 4 Rugenbräu, Matten bei Interlaken

3 Biersorten in der Schweiz: Lagerbier wird am meisten getrunken

Marktanteile der verschiedenen Biersorten (Schweizer Markenbiere), 2008. Die Biersorten unterscheiden sich im Gehalt an Alkohol, Stammwürze (Anteil der vor der Gärung aus Malz und Hopfen gelösten Stoffe) und Kohlenhydraten.



1 Lagerbiere: 78,5%



2 Spezialbiere: 15,4%



3 Spezialitätenbiere: 6,1%

1 **Lagerbiere** sind mild gehopft und verfügen über einen runden Geschmack. Ihr Anteil an Stammwürze liegt zwischen 10 und 12 Gewichtsprozent, der Alkoholgehalt liegt zwischen 4,2 und 5,3 Volumenprozent.

2 **Spezialbiere** sind im Vergleich zum Lagerbier stärker eingebraut, kräftiger gehopft und verfügen über einen edelbitteren und würzigen Geschmack. Ihr Anteil an Stammwürze liegt zwischen 11,5 und 14 Gewichtsprozent, der Alkoholgehalt zwischen 4,8 und 5,7 Volumenprozent.

■ **Festbiere:** Die Brauereien stellen Festbiere jährlich auf Ostern und Weihnachten her. Je nach Region werden sie auch als Bockbier oder Märzenbier verkauft. Die Festbiere entsprechen lebensmittelrechtlich den Spezialbieren.

■ **Spezialitätenbiere** werden mit anderen Zutaten hergestellt als Lager- und Spezialbiere oder haben einen wesentlich geringeren Alkoholgehalt.

■ **Alkoholfreies Bier:** Dem normalen Lagerbier wird mittels Destillation im Vakuum der Alkohol entzogen, oder man leitet das Gärverfahren so, dass kein Alkohol entsteht.

■ **Altbier:** dunkel, obergärig, mit spezieller Hefe vergoren

■ **Kohlenhydratarmes Bier:** maximal 7,5 Gramm Kohlenhydrate pro Liter, Alkoholgehalt von maximal 4,5 Volumenprozent, für Diabetiker geeignet

■ **Leichtbier:** maximaler Alkoholgehalt von 3 Volumenprozent

■ **Luxusbier:** aus besonders erlesenen Rohstoffen gebraut, mindestens 10 Gewichtsprozent Stammwürzeanteil, mindestens 4,1 Volumenprozent Alkoholgehalt

■ **Mais-, Reisbier:** unter Zusatz von Mais oder Reis hergestellt

■ **Starkbier:** Stammwürzegehalt bei über 14 Prozent und Alkoholgehalt bei 6 Volumenprozent und mehr

■ **Weizenbier:** unter Zusatz von Weizenmalz hergestellt, obergärig und stark kohlenensäurehaltig, klar oder hefetrüb

*Tschechien: Jahr 2006, Schweiz: Jahr 2008 QUELLEN: BREWERS OF EUROPE (1), SCHWEIZER BRAUEREI-VERBAND (SBV)/IG KLEIN- UND MITTELBRAUEREIEN (2), SBV (3), EidG, ZOLLVERWALTUNG (4); INFOGRAFIK: BEOBACHTER/DR

einen direkten Zusammenhang. Den letzten grossen Zuwachs verzeichneten wir, als Heineken in Luzern Eichhof aufkaufte.» Menschen, die das Gefühl hatten, man nehme ihnen ein Stück Heimat weg, suchten sich ein neues und fanden es in einem Bier, von dem sie wussten: Das ist von hier, das hat nichts zu tun mit Grosskonzernen. «Bier braucht Heimat», zitiert Joachim Kilian in Burgdorf den Slogan seiner Brauerei. Da hilft es wenig, wenn Brauerei-Verbands-Direktor Marcel Kreber betont: «Auch die Brauereien der Grosskonzerne sind Schweizer Brauereien. Sie stellen mit einheimischem Personal und den alten Rezepturen das gleiche Bier her wie damals, als sie unabhängig waren.» Es mag wahr sein, aber es hilft wenig. Denn Bier hat viel mit Sympathie zu tun, und wenn Biertrinker die Wahl haben zwischen einem gesichtslosen Biergiganten und einer lokalen, fassbaren Brauerei, ist für viele schnell klar, wo ihre Sympathien liegen.

Das Bier brachte den Fortschritt

Braumeister Kilian zeigt drüben in der Wirtenschaft zum Schützenhaus auf die beiden Braukessel. Ihr Kupfer ist leicht angelaufen, niemand kommt dazu, sie zu polieren – sie sind fast ununterbrochen in Betrieb und daher so heiss, dass man besser die Finger davon lässt. Drin brodelt die Bierwürze. Wenige Meter daneben sitzen die Gäste des «Schützenhauses» zu Tische, der erste Brauvorgang und der erste Schluck liegen hier nahe beieinander. In einigen Stunden wird Braumeister Kilian die Würze unter der Gartenbeiz hindurch in eine 50 Meter entfernte Halle pumpen und dort abkühlen lassen. Die Flüssigkeit wird anschliessend durch eine Leitung in einen hopfig riechenden, niedrigen Keller schiessen und im Gärtank landen. Kilian und seine Angestellten werden sie dort mit Hefe versetzen und gären lassen, rund acht Tage lang. Werden sie dann ein Stockwerk höher pumpen, in die Lagertanks, und nach vier bis sechs Wochen wird sie zurückkehren in die Wirtenschaft – als gereiftes Bier, Helles, Dunkles, Weizen, abgefüllt in Halbliterflaschen. Das war die Grundidee. Längst ist das Burgdorfer Bier aber nicht nur im «Schützenhaus» erhältlich, sondern in den meisten Restaurants und Bars der Stadt, in Gasthöfen der Region und in Getränkehandlungen.

Es geht in Burgdorf zwar nicht ganz so zu wie am Ende des 19. Jahrhunderts, in den besten Zeiten des hiesigen Braugewerbes, als drei grosse Brauereien gleichzeitig ihre Sudpfannen anheizten. Als die Stadt den Übernamen «Klein-München» trug,



Lokaler Bierkreislauf: Das Burgdorfer Bier wird direkt neben dem «Schützenhaus» hergestellt.

die Brauereien Fortschritt, Arbeitsplätze und die erste Telefonleitung brachten und ihr Bier bis nach Paris exportierten.

Die Burgdorfer aber sind stolz, haben sie wieder ein eigenes Bier, nachdem 1921 die letzte Braustätte der Stadt in Konkurs gegangen war: Die fast 4000 Aktionäre der Brauerei stammen hauptsächlich aus der Region, das jährliche Aktionärsfest ist nach dem Stadtfest der grösste Anlass in Burgdorf. Das ist für Res Zbinden, pensionierter Kardiologe und einer der geistigen Väter des Burgdorfer Biers, keine Selbstverständlichkeit: «Wir waren ein kleiner Verein von Leuten, die es tragisch fanden, dass alle

«Wenn ich sage, Bier brauche Heimat, kann ich unser Bier nicht nach Zürich bringen.»

Joachim Kilian, Burgdorfer Braumeister

Biersorten fast gleich schmeckten, also beschlossen wir, mit einer eigenen Brauerei etwas dagegen zu unternehmen. Natürlich gab es Leute, die das abstrus fanden: «Wozu eine Brauerei? Wir haben ja das Feldschlösschen.» Der Erfolg gab den Bierfreunden um Zbinden schliesslich recht. Er selber sitzt heute im Verwaltungsrat der Brauerei, sein Honorar: kostenloses Bier an den Verwaltungsratssitzungen.

Erfolgsgeschichten von kleinen, neuen Brauereien gäbe es zu Dutzenden zu erzählen. Die Frage ist aber: Wie lange hält der

Boom der kleinen Braustätten an? Denn längerfristig dürften zwei Dinge das Wachstum der Brauszene hemmen. Zum einen kennt der Durst der Schweizer nach Bier Grenzen: 1990 lag der Pro-Kopf-Konsum noch bei 71 Litern, mittlerweile hat er sich bei knapp 60 Litern eingependelt und liegt weit tiefer als in anderen europäischen Ländern (siehe Grafik). Zum andern ist es für Brauereien, die explizit den Trumpf der lokalen Verankerung spielen, schwierig, ihre Stammlande zu verlassen und zu expandieren. Oder wie Braumeister Kilian sagt: «Wenn ich sage, Bier brauche Heimat, kann ich unser Bier nicht nach Zürich bringen. Das funktioniert nicht. Die haben dort ihr eigenes.»

Zukunft liegt in Händen der Konsumenten

Studien gehen davon aus, dass kleine Brauereien mit einer jährlichen Produktion von bis zu 5000 Hektolitern auf die Dauer gute Überlebenschancen haben. Für mittelgrosse Betriebe könnte es dagegen schwierig werden – sie haben einerseits nicht die Flexibilität der Kleinen und können andererseits nicht so kostengünstig produzieren wie die ganz Grossen. Prognosen sind jedoch schwierig. «Der Markt hat sich noch nicht gefunden», sagt Marcel Kreber vom Brauerei-Verband. «Das Verhalten des Kunden ist noch unklar. Wird sein Interesse an den verschiedenen Bieren anhalten? Wie viel wird er bereit sein, dafür zu bezahlen? Das wissen wir alles noch nicht.» Für den Moment gibts deshalb nur eine Devise: die neugewonnene Biervielfalt geniessen, solange es sie noch gibt. ■