

Das Bier hat Hochzeit

Nach den Fusionen
der Grossen blühen
in der Schweiz die
Kleinbrauereien.
Ein Hoch auf die neue
Bier-Landschaft

Bier ist ein emotionales Getränk, und mit jeder Brauerei, die von der Landkarte verschwindet, geht auch ein Stück Idealismus, eine Prise Lebensgefühl, ein bisschen Heimat verloren. Nicht dass in Zürich alle Biertrinker ausschliesslich Hürli-Bier getrunken hätten. Doch die Schliessung der grössten städtischen Brauerei 1996 konnte man denn doch nicht einfach hinnehmen. Und Bier, gebraut in Rheinfelden – so gut es sein mag –, das war einfach nicht mehr dasselbe. Drei Jungunternehmer gründeten darauf die Brauerei Turbinenbräu, und seit 1997 wird in Zürich wieder Bier gebraut. Ähnliches geschah in Basel, als Feldschlösschen Wardeck schluckte. Und in Bern war's nicht anders. Im Land sind viele neue Kleinbrauereien entstanden. Denn die Menschen fühlen sich wohl, wenn in der eigenen Stadt, im eigenen Dorf gebraut wird.

Die Kleinen liebt man

Vor hundert Jahren gab es in der Schweiz noch über 250 Brauereien. 1971 waren es nur mehr 59. Heute sind es wieder 125. Den Löwenanteil des Marktes decken mit 59% die beiden Grossen ab, Feldschlösschen und Heineken. Die vier mittleren Brauereien Eichhof, Schützengarten, Locher und Ziegelhof liefern 14%. Den Klein- und Kleinstbrauereien bleibt ein Marktanteil von 11% (16% sind Importe). Der Bierkonsum liegt heute bei 57,3 Litern pro Kopf und Jahr, nicht annähernd so hoch wie noch 1991, als der Durchschnitt bei 77,2 Litern lag. Und dennoch bewegt sich etwas in der Brauereiszene. In den vergangenen Jahren sind in fast allen Kantonen zahlreiche Klein- und Kleinstbrauereien neu entstanden. Diese brauen in kleinen Einheiten regionale, meist unfiltrierte Frischbiere und eine Fülle von Bierspezialitäten. Eine der neusten Kleinbrauereien



steht im bündnerischen Tschlin. Seit März dieses Jahres wird aus naturbelassenem Bergquellwasser ein sehr gut schmeckendes Bio-Bier gebraut. Denn auch im von Heineken dominierten Graubünden hat man den Verlust an Eigenständigkeit nicht einfach hingenommen. Markentreue und der Stolz der Bevölkerung auf die eigene Brauerei machen diesen Kleinbrauern Mut. Um das Ganze finanzieren zu können, werden Bierliebhaber als Aktionäre in die Brauerei eingebunden. «Man sieht das typisch bei den Gasthausbrauereien, wo der Brauer im Dorf ein Beziehungsnetz hat», sagt der Bierspezialist Martin Wartmann. «Daraus entsteht dann eine Art Fanklub.» Das habe genauso bei «Unser Bier» in Basel oder «Wädi-Bräu» in Wädenswil funktioniert.

Gutes gescheit anbieten

Auf den Bierspezialitäten-Zug aufzuspringen, versucht auch Feldschlösschen/Carlsberg. Die grösste Brauerei in der Schweiz produziert neben ihren Standardbieren seit rund zwei Jahren auch wieder saisonale Bierspezialitäten. Man wolle der stetig steigenden Nachfrage nach Bierspezialitäten gerecht werden, heisst es in Rheinfelden. Die Kleinen und ihre Innovationen werden ständig kopiert, was sie ihrerseits zwingt, immer wieder mit Neuheiten auf den Markt zu kommen. «Viele haben das Abenteuer regionale Kleinbrauerei gewagt», weiss Alex Künzle von der Öufli-Brauerei in Solothurn, Organisator der Solothurner Biertage. «Doch von vielen hört man bereits nichts mehr. Denn unter einer gewissen Grösse kann keine Brauerei betriebswirtschaftlich existieren.» Und eines ist klar: In Zukunft wird der Kampf im Biermarkt nicht heissen **Grosse gegen Kleine oder Ausländer gegen Schweizer**. Die Frage ist, wer sein hochwertiges Produkt dem Konsumenten gescheit und als Ergänzung zu den Grossbrauereien anzubieten versteht.

Martina Gradmann

Bei den gewerbründigten Brauereien wird nach Ausstrommenge unterschieden: Grossbrauereien mit Jahresausstoss von über 100 000 hl, Mittelgrösse Brauereien mit 20 000 bis 100 000 hl, Kleinbrauereien mit 20 000 hl. Der Ausstoss der Klein- und Gasthausbrauereien zusammen betrug 2004 etwa 20 000 hl.

Genuss