

Abwechslung aus dem Braukessel

TREND Craft Beer wird in Deutschland beliebter – Messe in Heilbronn geplant

Von unserem Redakteur Jan Berger

Für Thomas Wachnow ging es nur um den Spaß am Brauen. Der 37-Jährige arbeitete schon als Auszubildender 1993 für die kleine Brauerei Häffner Bräu in Bad Rappenau. Vor sechs Jahren wollte der Brauer etwas anderes probieren: Ein original Rappenaues Bier, mit selbst angebaute Hopfen und Malz aus der Kurstadt. Doch die Herkunft der Zutaten sollte nicht das einzige Besondere an dem Getränk sein.

In einer Fachzeitschrift las Thomas Wachnow über die „Hopfengabe im Kaltbereich“. Dabei wird Hopfen nach der Hauptgärung in das Bier gelegt und gibt während der Lagerung viel von seinem Aroma ab. „Das hat etwas ungewohnt geschmeckt, war aber gut“, erinnert er sich. Und seine Chefin Susanne Häffner ergänzt: „Das Bier war schnell weg.“

Erfolg Mit diesem besonderen Produkt war Wachnow in Deutschland einer der ersten, die sogenanntes Craft Beer verkauft haben. Bis heute macht der Bad Rappenaues verschiedene Biere mit der speziellen Note unter dem Namen Hopfenstopfer – und hat damit immer mehr Erfolg. Manche Varianten sind schneller ausverkauft, als er produzieren kann. 400 Hektoliter von den Hopfenstopfer-Sorten hat er dieses Jahr bis Anfang Dezember gebraut, die normalen Häffner Biere kommen auf rund 1000 Hektoliter. Vor allem in Großstädten wie Hamburg, Berlin oder München gibt es den Hopfenstopfer, aber auch Getränkemärkte in der Region haben ihn im Sortiment.

Für Theresa Barth ist Craft Beer vor allem eines: Ein ausdrucksstarkes Getränk, in dem sich die Handschrift des Brauers zeigt. Barth hat an der Hochschule Heilbronn studiert und sich in ihrer Bachelorarbeit mit dem Trend beschäftigt, der aus den USA kommt. Jetzt will sie die besonderen Produkte in der Region bekannter machen. Die 24-Jährige organisiert die erste Heilbronner Messe für Bierliebhaber. Die „Art Brau“ soll am 25. und 26. April im Eisenbahnmuseum in Böckingen stattfinden. Etwa zehn Brauer will Barth einladen. Die Besucher sollen schauen, probieren und über den Geschmack diskutieren können.

In den USA, wo sich Privatleute oder kleine Brauer schon seit über zwei Jahrzehnten mit

ihren Bieren vom Massengeschmack der großen Konzernbrauer abgrenzen, erzielt der Craft-Beer-Bereich jedes Jahr neue Umsatzrekorde. Mittlerweile entfällt auf die sogenannten Mikrobrauereien laut dem Produzentenverband Brewers Association ein Umsatzanteil von 14,3 Prozent.

„In Deutschland ist die Bewegung erst relativ spät angekommen“, sagt Theresa Barth, „weil wir hier schon immer gute Biere haben.“ Anders als in den USA, in Neuseeland oder in Belgien sind die Brauer hier zudem an das Reinheitsgebot gebunden, wenn sie ihr Ge-

„Craft Beer entspricht dem Trend, bei all der Technologie in unserem Leben sich nach dem Ursprünglichen zu sehnen.“

Theresa Barth

tränk als Bier verkaufen wollen. Damit ist der Experimentierfreude eine Grenze gesetzt. „Die meisten Brauer setzen auf spezielle Hopfen, um den Geschmack hinzukriegen.“ Auch die Brauverfahren oder die Lagerung, etwa in alten Weinfässern, können das Bier auch im Rahmen des Reinheitsgebotes besonders machen. Deshalb unterscheiden sich die Monatsbiere von Palmbräu, die von Distelhäuser unter der Marke „Die Brauwerkstatt“ verkauften Sorten oder eben der Hopfenstopfer trotzdem deutlich. Thomas Wachnow ist überzeugt: „Ich kann mit meinen Rohstoffen genug Vielfalt schaffen.“

Auch Brauereien aus der Region setzen auf Craft Beer. Fotos: Palmbräu, Distelhäuser



Hans-Walter Janitz, Geschäftsführer des Baden-Württembergischen Brauerbunds, freut sich auf jeden Fall, dass durch das neue Thema in der Öffentlichkeit auch mehr über das Produkt Bier gesprochen wird. „Das tut allen gut, dem Bier wie den Brauern.“ Dass auch etablierte Brauereien wie Palmbräu oder Distelhäuser auf den Trend setzen, zeigt, dass Craft Beer mittlerweile nicht nur für kleine Produzenten zu einem interessanten Geschäftszweig geworden ist. „Je mehr man sich über Bier unterhält und sich für einzelne Sorten und Bierstile interessiert, desto mehr rückt die lokale Brauerei aus der eigenen Region in den Fokus“, glaub Janitz. Doch auch andere versuchen davon zu profitieren: Die Radeberger-Gruppe gründete schon 2010 die Tochter Braufactum, Bitburger rief vor kurzem „Craftwerk Brewing“ ins Leben.

Szene Dass die Großbrauer, die in der Szene gerne für ihre Fernsehbiere belächelt werden, nun auch in diesem Bereich mitmischen wollen, sorgt für Diskussionen. „Die, die es richtig machen, machen es aus Leidenschaft und nicht für den Profit“, sagt Theresa Barth. Sie glaubt deshalb an eine Zukunft für die kleinen Brauer – obwohl ihre ungewöhnlichen Sorten wie Indian Pale Ale oder Stout wohl nie Pils oder Hefe den Rang ablaufen werden. Aber: „Craft Beer entspricht dem Trend, bei all der Technologie in unserem Leben sich nach dem Ursprünglichen zu sehnen.“

Thomas Wachnow, der Brauer aus Bad Rappenau, hat dennoch schon überlegt, ob er die Worte „Craft Beer“ von seinen selbstgestalteten Etiketten entfernen soll. „Der Begriff wird ein wenig zum Marketing ausgeschlachtet, das ist schon schade.“ Aber auch er sieht weiter seine Chance in der Nische, trotz der wachsenden Konkurrenz. Die droht ihm nicht nur durch die großen Produzenten, sondern auch durch andere Craft-Beer-Macher. „Mein Alleinstellungsmerkmal habe ich heute nicht mehr, die ganze Szene ist mit dem Hopfenstopfer verbunden.“ Aber Wachnow ist zuversichtlich, weil er einer der ersten in Deutschland war und weil seine Biere inzwischen auch bei Verkostungen Preise gewinnen. „Die Leute, die das trinken, versuchen, sich mit dem Bier und seiner Geschichte auseinanderzusetzen.“

„Es sind aufwendige und intensive Biere“

Der Markt wandelt sich: Brauer werden kreativer

INTERVIEW Über den Trend zum Craft Beer und Unterschiede zwischen Deutschland und den USA sprach unser Redakteur Jan Berger mit Matthias Stephan Ebner von der Technischen Universität München.

Seit wann ist Craft Beer ein Thema?

Matthias Stephan Ebner: Der Trend kommt ursprünglich aus den USA, hat sich in den 80er Jahren als Gegenbewegung zu den großen Konzernbrauereien entwickelt. Dort haben Hobbybrauer und Kleinbrauereien begonnen, sehr geschmackvolle, gehaltvolle Biere zu produzieren. In Deutschland gab es die ersten Bewegungen schon vor zehn Jahren, in den vergangenen fünf bis sechs Jahren ist es bei den Medien und den Konsumenten angekommen.

In Amerika haben die Kleinbrauer inzwischen deutliche Marktanteile. Wie sieht das in Deutschland aus?

Ebner: Deutschland war schon immer ein sehr segmentierter Biermarkt mit vielen Brauereien und einer großen Sortenvielfalt. Das Bedürfnis nach einer Gegenbewegung zum Mainstreamgeschmack war hier nie so da. Es gab nämlich schon immer lokale Brauereien die hochwertiges Bier gemacht haben. Craft Beer bedeutet übersetzt ja Handwerksbier. Dann müsste man fast alle deutschen Brauer als Craft-Brauer bezeichnen.



Matthias Stephan Ebner glaubt, dass Craft Beer ein beständiger Trend sein wird. Foto: Privat

Was zeichnet dann das Craft Beer aus?

Ebner: Es ist ein Name für Spezialbiere, für sehr aufwendige und geschmacklich intensive Biere. Mir persönlich ist nicht so wichtig, aus welcher Brauerei es kommt. Craft Beer ist auch ein Mode- und Markenbegriff geworden und hat nicht mehr nur die Bedeutung, dass es handwerkliches Bier ist. In Deutschland bringt der Trend einen Schub der Besinnung zu speziellen Bieren. Es gibt deshalb auch wieder Brauereigründungen, zum Beispiel von Absolventen, die sich damit selbstständig machen. Das gab es lange gar nicht. Auch die bestehenden Brauereien sind kreativer geworden und haben mehr Begeisterung für neue Sorten gewonnen.

Wird Craft Beer ein Nischenprodukt bleiben?

Ebner: Es wird sich in Deutschland anders entwickeln als in den USA. Es wird hier vermutlich nicht so viele Brauereigründungen geben wie dort, dafür werden sich Brauereien, die schon etabliert sind, ein neues Standbein schaffen. Craft Beer ist aber nicht nur ein Trend, sondern es wird bleiben.

Zur Person: Matthias Stephan Ebner arbeitet in der Studienfakultät Brau- und Lebensmitteltechnologie der Technischen Universität München und kümmert sich dort seit zwei Jahren unter anderem um einen Innovationswettbewerb für Studenten.

