

# Da haben wir die Bescherung ...

Unter dem Stichwort »GAD kontrovers« widmet sich die Gastronomische Akademie Deutschlands in loser Folge Themen und Stimmungen, die bewegen oder polarisieren – Leserreaktionen erwünscht. Frank Hornberg macht sich diesmal Sorgen um das »Kulturgut Bier«

**Keine Angst**, es wird kein wie um diese Zeit sehr gerne gedruckter Weihnachtsartikel mit Festfreude. Ganz im Gegenteil. Es wird eine, ich hoffe nicht zu böse, Draufsicht auf unser angebliches – um nicht zu sagen ehemaliges – Lieblingsgetränk. Es geht um das Kulturgut Bier. »Das ist nicht mein Bier«, sagen Sie. Aber wessen Bier ist es denn dann?

Es kann doch nicht sein, dass eine Handvoll Einkäufer, eine Handvoll sogenannter Werber, einen Markt systematisch vernichtet, der über Jahrhunderte gewachsen ist. Doch es ist so. Laut einer aktuellen Studie ist der Bierpreis in den vergangenen 20 Jahren um fast 50 Prozent gesunken. Kann mir das jemand erklären? Ich höre immer nur, egal aus welcher Branche, dass alles teurer wird. Und ausgerechnet beim Bier soll das nicht stimmen? Was die ganze Sache noch schlimmer macht: Nicht nur der Preis ist gefallen, auch der Konsum geht langsam, aber sicher in die Knie.

Wenn es jedoch Verlierer (Brauereien) gibt, muss es auch – das ist fast ein Naturgesetz – Gewinner geben. Sind es die Handelsleute, die fünf, sechs Großen, die sich anscheinend alles erlauben können? Vielleicht, aber was soll man denn verdienen an einem Bier, das man für 7,90 Euro für zehn Liter im Kasten über die Kasse reicht? Der Markt ist ausgereizt, um nicht zu sagen, ausgeblutet bis auf den letzten Cent. Genau so übrigens wie die Werbung.

Wenn diese jungen, smarten Leute aus der Branche einmal mit ihren Anliegen über die Ränder ihrer Tablets schauen würden und nur einen Ansatz Ahnung von der Kunst des Bierbrauens hätten, würden sie feststellen, dass das »glasklare Alpen-Quell-See-Fels-Wasser« inzwischen für das

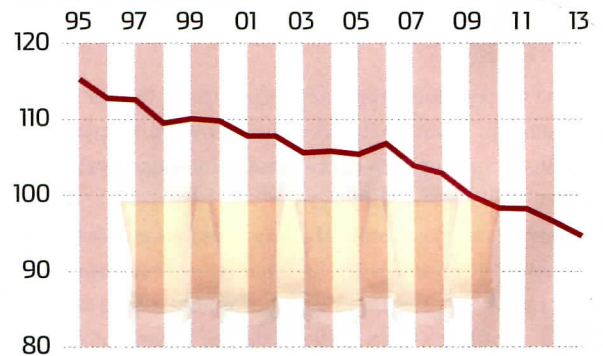
Bierbrauen so wichtig ist wie das Wasser zum Kartoffelkochen; so viele Aufbereitungsstufen braucht es zwischenzeitlich. Auch die sagenhaften Hopfendolden aus der Saazer Holledau haben sich in Pellets verwandelt. Das Mittelalter ist vorbei. Es gibt zwischenzeitlich Smartphones und GPS. Egal wie viel Kunststoff-Schmiedeeisen als sogenannte Außenwerbung das Innenleben der Städte verschandelt. Und – um es zu vervollständigen und um niemanden auszulassen: Inzwischen sind die Gläser der Senfindustrie zum Teil schöner als die mit »Innenwerbung« verunzierten Gläser mancher Brauerei. Aber solange diese niemanden mehr hinter dem Ofen hervorlockende Werbung funktioniert, wird verdient.

Offensichtlich verdienen auch die wenigen Großkonzerne, welche die Fabrikbiere im Schnellbrauverfahren verramschen, dann aber am Tag des Reinheitsgebotes mit Krokodilstränen ihre persönliche Verbindung beteuern. Soviel zu den »Siegern«.

Zurück zu den Verlierern. Zunächst einmal sind das die kleinen mittelständischen Brauereien. Sie sterben aus und mit ihnen ein Stück der Kulturgeschichte, die wie immer und überall den Nachteil hat, dass man von ihr nicht abbeißen kann. Aber wer ist noch – mehr oder weniger unfreiwillig – unter den Leidtragenden? Der Wirt und der sollte – nun mache ich mich wieder unbeliebt – es nicht auf die Brauer und den Handel schieben, sondern auf seine Gäste schauen.

## Rückläufiger Bierverkauf

Bierabsatz deutscher Brauereien und Bierlager in Millionen Hektoliter



Quelle: Statistisches Bundesamt, Die Deutschen Brauer

Vor acht Wochen, schöner Herbstabend in Volkach in Franken, dieser Landstrich, der Wein und Bier in wunderbarer Balance hält. Der erste Wunsch – nach der Wanderung, vor dem Wein – ein Bier! Und was kam? Ein halber Liter helles Landbier mit fester Schaumkrone und der richtigen Temperatur, freundlich serviert in einem Bierkrug mit Zinndeckel – darauf das Wappen des Wirtes »Zur Schwane«. Hatten Sie noch eine Frage?

Genauso wie man aus Bratkartoffeln mit Spiegelei und grünem Salat ein wundervolles Gericht zaubern kann, kann man ein Bier zum Erlebnis, zum Genuss erheben. Beides kostet eigentlich nur eins – »ein bisschen Mühe«!

TH



Autor **Frank Hornberg** ist Mitglied der GAD und Inhaber des Brückenforum FH und Partner, Osterrieder Hof im Allgäu.