

# *#bierkultur*



Bericht 2019





# EDITORIAL



So vielfältig wie heuer war die Bestandsaufnahme der heimischen Bierkultur noch nie. Denn neben der breit angelegten Studie zum Thema, die mit unserem Partner, dem Marktforschungsinstitut „market“ anhand einer umfangreichen Auswertungsbasis der befragten Personen durchgeführt wurde, kommen die Meinungen der Österreicher heuer erstmals besonders deutlich zu Wort. Stellvertretend für jedes Bundesland begleiten Aussagen von Herr und Frau Österreicher die Themen des aktuellen Bierkulturberichtes. Dabei zeigt sich, so abwechslungsreich wie die österreichische (Bier-)Kultur sind zum Teil auch die Meinungen. Grundsätzlich aber hat die österreichische Bierkultur einen hohen Stellenwert und ein gutes Image in der Bevölkerung.

Bei alkoholfreien Bieren kommen die Österreicher auf den Geschmack verantwortungsbewussten Konsums. Jeder Zweite ist der Meinung, dass der Konsum alkoholfreier Biere zunehmen wird. Dafür bietet die markenübergreifende Initiative „AlkoholFREIZONE“ der BRAU UNION ÖSTERREICH Erwachsenen ein breites Geschmacksspektrum und ganz-tägigen Genuss von bierig bis fruchtig zu jedem Anlass.

Bier ist ein natürliches Getränk und kann nur so gut sein wie die Rohstoffe, aus denen es gebraut wird: Klares Wasser von bester Qualität, feinsten Hopfen und beste Braugerste. Österreich verfügt über alle Rohstoffe in guter Qualität. Allerdings macht das sich verändernde Klima speziell der Sommerbraugerste zu schaffen. Aber in Österreich ist man findig und Projekte wie der Herbstanbau von Sommerbraugerste oder die Qualitätssteigerung von Winterbraugerste zeigen gute Erfolge. Durch diesen nachhaltigen Umgang mit der Umwelt geben wir den Rohstoffen und schließlich auch Bier eine Heimat. Dazu kann auch jeder einzelne Konsument beitragen. Damit Österreich zum Land mit Europas bester Bierkultur wird. Denn was wäre Österreich, Europa, ja die ganze Welt ohne Bier?

**Auf Ihr Wohl!**

**Dr. Magne Setnes**

Vorstandsvorsitzender  
Brau Union Österreich



Die digitale Version finden Sie unter  
<https://www.brauunion.at/bierkultur>

## IMPRESSUM

### MEDIENINHABER, HERAUSGEBER und verantwortlich für den Inhalt:

Brau Union Österreich AG  
A-4021 Linz, Poschacherstraße 35  
[www.brauunion.at](http://www.brauunion.at)  
UID-Nr.: ATU23232106

### Leitung Corporate Affairs & CSR:

Mag. Dr. Gabriela Maria Straka, EMBA  
[g.straka@brauunion.com](mailto:g.straka@brauunion.com)  
Tel.: +43732/6979-2670

### Projektleitung, Redaktion und Konzept:

Ruth Dunendorfer, MA  
Christoph Resinger ([publishinger.at](mailto:publishinger.at))  
Lektorat Michael Leithinger ([publishinger.at](mailto:publishinger.at))

### Gestaltung:

Mag. Christian Pötscher ([hufnagl/poex](mailto:hufnagl/poex))

### Fotos & Illustrationen:

Brau Union Österreich, Adobe Stock, freepik, hufnagl/poex und wie angegeben (Peter Rauchecker Photography, David Bohmann Photography, Wolfgang Voglhuber – VOGUS, Martina Sieder – TOM Foto Design), Illustration: Lilly Margreth – [lilymargreth.com](http://lilymargreth.com)

### Druck:

Print-Sport Handels GmbH & CoKG,  
A-2544 Leobersdorf, Ared Straße 11/4A

### Stand: November 2019

Satz- und Druckfehler vorbehalten.

Noch ein abschließendes Wort. Selbstverständlich möchten wir Damen und Herren gleichermaßen ansprechen – auch wenn wir der Lesefreundlichkeit zuliebe meist auf geschlechtsneutrale Formulierungen verzichtet haben.

[www.brauunion.at](http://www.brauunion.at)



Gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“  
des Österreichischen Umweltzeichens,  
Johann Sandler GesmbH & Co KG, UW-Nr. 750





DEM BIER SEINE HEIMAT – SEITE 64

## AUFGABENSTELLUNG & METHODISCHER AUFBAU

Analyse des Zugangs der Österreicher zum Thema Bier und Bierkultur, unter Berücksichtigung von Aspekten wie Trink-, Wissens- und Informationsverhalten, Anforderungen an und Erfüllungsgrad durch die Gastronomie, Imagefaktoren sowie möglicher Zukunftspotenziale.

### ZIELGRUPPE

Österreichische Bevölkerung ab 18 Jahren;  
repräsentativ vorgefiltert nach Biertrinkern und -frequenz

### REPRÄSENTATIVITÄT

Die befragten Personen entsprechen in ihrer Zusammensetzung der definierten Zielgruppe;  
eine notwendige Voraussetzung, um die Ergebnisse zu verallgemeinern

### BEFRAGUNGSART

Kombination von telefonischen Interviews durch fachlich geschulte Mitarbeiter  
sowie Online-Interviews

### AUSWERTUNGSBASIS

n=2.087; maximale statistische Schwankungsbreite +/-2,19 Prozent

### BEFRAGUNGSZEITRAUM

April 2019



# INHALT

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>06 Bierkultur in Österreich 2019 – wichtige Ergebnisse im Überblick</b><br/><i>Nach teils deutlichen Schwankungen in den letzten Jahren pendeln sich 2019 viele Werte ein.</i></p> <p><b>08 Neun Bundesländer, neun Gedankenschätze</b><br/><i>Neun Bierliebhaber und -genießerinnen reden über ihr Lieblingsgetränk.</i></p> <p><b>10 Allgemeines</b><br/><i>Allgemeines aus der Welt des Biers</i></p> <p><b>12 Eine Welt ohne Bier</b><br/><i>von Conrad Seidl</i></p> <p><b>14 Komm', wir gehen nach Rimini!</b><br/><i>Sommer? Sonne? Sommelier!</i></p> <p><b>20 »Chi beve birra campa cent'anni« ...</b><br/><i>Bier passt hervorragend zur italienischen Küche – meinen mittlerweile auch Italiener.</i></p> <p><b>22 Pizza mit Pfiff</b><br/><i>Würzig-aromatisch und ideal für den Pizzastein</i></p> <p><b>24 Der dritte Mann</b><br/><i>Eine Ikone der italienischen Bierkultur hat österreichische Wurzeln.</i></p> <p><b>26 Grünes Herz der Bierkultur</b><br/><i>110 Jahre Schladminger – „Insa Bier“ aus der Steiermark</i></p> | <p><b>30 Wolle braucht Weile</b><br/><i>Das regionale Naturprodukt Loden zeigt, dass sich Mut zur Langsamkeit bezahlt machen kann.</i></p> <p><b>35 „Es ist keine Frage des Fischstücks, sondern der Kultur.“</b><br/><i>Tafelkulturstin Annette Ahrens im Interview</i></p> <p><b>38 Das Beste aus Natur und Braukunst</b><br/><i>Fischen im Trüben von Geschichte und Erfolg des Zwiclbiers</i></p> <p><b>40 „Es freut mich, wenn es den Leuten schmeckt.“</b><br/><i>Der Präsident des Braumeisterbundes und Schwechater Braumeister Andreas Urban im Gespräch</i></p> <p><b>46 Die Krone der Schöpfung</b><br/><i>Bierschaum – Element einer schönen Präsentation, Appetitanreger und Qualitätsmerkmal</i></p> <p><b>48 Bier mischt die Barkultur auf</b><br/><i>Raffinierte Biercocktails liegen bei „Mixologen“ im Trend</i></p> <p><b>50 „Man braucht den Gast, der das wertschätzt.“</b><br/><i>Interview mit Francesco Camello, Liquid Director von „Das Loft“</i></p> | <p><b>53 Bier-Negroni</b><br/><i>Der Cocktailklassiker bekommt zum 100. Geburtstag ein Bier spendiert.</i></p> <p><b>54 Kleine Aromatherapie</b><br/><i>Zwei Drittel der sensorischen Biervielfalt nehmen wir über die Nase wahr.</i></p> <p><b>58 Gesunder Durstlöcher</b><br/><i>Alkoholfreies Bier nach dem Sport</i></p> <p><b>60 Mit Zuversicht in die Zukunft</b><br/><i>Verantwortungsvoller Konsum und bewusste Ernährung treffen in der AlkoholFREIZONE aufeinander.</i></p> <p><b>62 Konsument – kritisch – anspruchsvoll</b><br/><i>von Christa Kummer</i></p> <p><b>64 Dem Bier seine Heimat</b><br/><i>Ist Wintergerste die Zukunft des österreichischen Braumalzes?</i></p> <p><b>66 Biogene Wärme aus Bier</b><br/><i>Nachhaltige Energie aus einem biologischen Prozess</i></p> <p><b>67 Verkaufspartner und -lager, ...</b><br/><i>... Bier &amp; mehr Getränkeshops der Brau Union Österreich</i></p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Biersommelier-WM – Seite 14**



**Mut zur Langsamkeit – Seite 30**



**Tischkultur – Seite 35**



**110 Jahre Schladminger – Seite 26**



**Interview Andreas Urban – Seite 40**



**Barkultur – Seite 50**





# *Bierkultur in Österreich 2019*

*Wichtige Ergebnisse im Überblick*

”

Die hohen Ansprüche im Zusammenhang mit dem **Thema Nachhaltigkeit bzw. einer regionalen Bierproduktion** werden auch im Jahr 2019 ausgesprochen (mehr zu Regionalität auf Seite 27 und zu Nachhaltigkeit auf Seite 66).“

*market-Studie zur Bierkultur  
in Österreich 2019*



”

„Jeder Zweite zeigt eine persönliche Nähe zu **Radlern und anderen Biermischgetränken**, jeder Vierte wiederum trinkt Radler und Co. explizit sehr gern (mehr zu Biermischgetränken ab Seite 49). Besonderen Zugang zeigen einmal mehr Frauen bzw. jüngere Konsumenten.“

*market-Studie zur Bierkultur in Österreich 2019*

## ÖFTER MAL EIN BIER

- 2019 kommt es nach den Rückgängen der Vorjahre wieder zu einer **leichten Zunahme des täglichen bzw. wöchentlichen Bierkonsums** – und zumindest mehrmals pro Monat genießen in etwa 60 % der befragten Österreicherinnen und Österreicher ihr Bier (die Zahlen zum Konsumverhalten im Detail finden sich auf Seite 11).
- Ebenso konstant kaufen wiederum knapp 60 % mindestens einmal pro Monat Bier für den Haushalt ein. Wobei gegenüber den Jahren zuvor der **Anteil jener, die laut eigenen Angaben nie Bier für den Haushalt einkaufen, zurückgeht** (mehr zum Kauf- und Informationsverhalten findet sich auf den Seiten 11 und 54).

## MEHR GUSTO

- Das deutet bei weitgehend gleichbleibenden Absatzzahlen in Österreich darauf hin, dass Bier zunehmend in kleineren Mengen, aber häufiger konsumiert wird. Dafür spricht auch, dass dem Genussfaktor eine nunmehr konstant hohe Wertigkeit zukommt.
- Bei den allgemeinen Beweggründen für den Bierkonsum wird Genuss (mehr zu Situationen & Motiven auf Seite 52) lediglich **von der Funktion des Biers als soziales Getränk übertroffen**.
- Auch bei alkoholfreiem Bier zählt der Genuss für jene 47 % der Österreicher, die generell alkoholfreies Bier trinken. Hier ist der **Gusto auf den (alkoholfreien) Biergeschmack weiterhin das zweitwichtigste Motiv**.

## GENUSS OHNE ALKOHOL

- Neu ist, dass ein relevanter Anteil von 16 % der Konsumenten alkoholfreies Bieres dies vor allem **nach dem Sport bzw. einer körperlichen Betätigung** tun (Warum das eine gute Idee ist steht auf Seite 58).
- Wobei der Anteil jener, die alkoholfreies Bier sehr gern oder eher schon trinken, gleichbleibend bei nur etwas mehr als einem Fünftel der Befragten liegt.
- Subjektiv geben die Österreicherinnen und Österreicher sogar an, im Vergleich zu früher weniger alkoholfreies Bier zu trinken. Bemerkenswert ist aber, dass sich gleichzeitig der **Anteil jener, die es „sehr gern“ trinken, in den letzten fünf Jahren verdoppelt** hat (Mehr Zahlen zu den Trinkgewohnheiten von alkoholfreiem Bier in Österreich auf Seite 60).

## LAND DER BIERKULTUR

- In Zusammenhang mit dem häufigeren Konsum – der Anteil jener, die selten oder nie Bier trinken, geht ebenfalls leicht zurück – steht aber wohl auch die äußerst **positive Imageentwicklung** von Bier im letzten Jahrzehnt.
- 2019 genießt die Bierkultur in Österreich nach wie vor einen hohen Stellenwert**: 88 % der Befragten erachten Bier als sehr oder eher wichtig für die Getränkekultur des Landes.
- Über 40 % meinen zudem, dass sich das **Image von Bier im Verlauf der letzten zehn Jahre verbessert** hat, und nochmal der gleiche Anteil spricht zumindest von einem gleichbleibenden Image (Zahlen zum Stellenwert von Bier für die österreichische Getränkekultur im Detail auf Seite 37).

## KULTUR MIT TRADITION

- Darin scheint sich aber vor allem eine Wertschätzung der österreichischen Brautradition auszudrücken. Nach dem offenkundigen Trend von vor vier bis fünf Jahren hin zum Ausprobieren neuer Biersorten setzt sich aktuell eine Kehrtwende fort. Knapp die Hälfte würde **in einer Entscheidungssituation eher zu einer bekannten Biersorte** greifen (dementsprechend ist auch der Zuspruch zu Craft-Bieren eher gleichbleibend auf einem Niveau von einem Fünftel der Österreicher; mehr zu Biersorten und -spezialitäten auf Seite 43).
- Auch bei der Bewertung von Innovationen mit immer neuen Bier- und Radlersorten gibt es auf den ersten Blick wenig Neues (Stellenwert von Getränkeinnovationen und neuen Sorten auf Seite 41).
- Allerdings gibt es seit zwei Jahren eine positive Dynamik in Österreich, wenn es um die Vielfalt an Bieren in der Gastronomie geht. Hier liegt der Anteil jener, die ein breites Sortiment schätzen, bei mittlerweile 30 %. Das bedeutet, dass sich die Zahl der **Befürworter innerhalb der letzten zwei bis drei Jahre verdoppelt** hat (mehr zur Bierkultur in der Gastronomie auf Seite 20).

# Neun Bundesländer, neun Gedankenschätze

Für den Österreichischen Bierkulturbericht 2019 wurde vom Linzer market Institut erstmals nicht nur eine repräsentative Umfrage mit über 2.000 Österreicherinnen und Österreichern ab 18 Jahren durchgeführt; neun Bierliebhaberinnen und -liebhaber, aus je einem der Bundesländer, standen darüber hinaus noch in qualitativen Interviews Rede und Antwort.

Diese Form der Befragung ist offener und flexibler, weil sie die Antwortmöglichkeiten nicht vorgibt. Und sie gibt tiefere, sogar persönliche Einblicke, die trotzdem stellvertretend für Biergenießer im ganzen Land stehen können. Unsere neun Bierliebhaber spekulierten auch ein wenig über die Fragen zur österreichischen Bierkultur, lieferten ihre Einschätzung zu populären Biermythen und öffneten ihre Gedankenwelt zum identitätsstiftenden Getränk. Damit werden sie uns durch diese Ausgabe des Bierkulturberichts begleiten.

Die vielen anonymen Biergenießer hinter der jährlichen Umfrage sollen so einerseits authentische Gesichter erhalten – schließlich geht es in diesem Heft nicht nur um Bier und Themen aus dem Kulturkreis des flüssigen Golds – sondern insbesondere auch um die Menschen als Kulturträger und -vermittler. Quer durch Österreich wollen wir uns andererseits aber vor allem der vielleicht wichtigsten Frage nähern, die mit einer quantitativen Erhebung nie wirklich beantwortet werden kann: Was macht die unendliche Faszination von Bier eigentlich aus?

WER ABER  
SIND UNSERE  
NEUN BIER-  
GENIESSE-  
RINNEN UND  
-GENIESSER?  
UND WAS ALLES  
VERBINDEN  
DIESE GRUND-  
SÄTZLICH  
EINMAL MIT  
BIER? WELCHE  
BILDER, ASSO-  
ZIATIONEN,  
IDEEN LÖST  
BIER BEI  
IHNEN AUS?



**Karl M.** aus Bludenz in Vorarlberg. Der 59-Jährige arbeitet als Coach und Trainer in der Erwachsenenbildung:  
*„Tolles Produkt aus der Natur, hoher Nährwert, Durstlöcher, Tradition.“*



**Roswitha H.**, 40 Jahre, die Hausfrau und Jungbäuerin lebt in Eidenberg, Oberösterreich:  
*„Ein lauer Sommerabend im Gastgarten. Das Bier hat eine tolle Farbe und eine schöne Schaumkrone.“*



**Sascha A.**, 48-jähriger Gastronom in Hinterthal in Salzburg:  
*„Geselligkeit, Feier, Wirtshauskultur, Gasthaus.“*



**Jörg M.**, 40 Jahre, ist Journalist aus Absam in Tirol:  
*„Die goldene Farbe, der Schaum! Ich denke an ein gemütliches Beisammensitzen und an Entspannung.“*





**Gedankenwelten rund um Bier – unseren neun Bierliebhaberinnen und -liebhabern kommen beim Gedanken an Bier als allererstes Gemütlichkeit, Geselligkeit und Entspannung in den Sinn. Immer wieder taucht auch der Bezug zur Natur auf.**



**Ulrich P.** aus dem steirischen Selzthal. Der 39-Jährige ist Facharbeiter/ Gruppenleiter in einem Industriebetrieb:  
*„Gemütlichkeit, Freunde, Geselligkeit, Spaß.“*



**Dietmar W.** 57 Jahre, aus Passering in Kärnten ist in der Unternehmensentwicklung tätig, mittlerweile schon in Altersteilzeit:  
*„Ich habe heute den ganzen Tag draußen schwer gearbeitet. Da habe ich mich jetzt schon auf ein Bier gefreut, weil mich das entspannt.“*



**Fritz E.**, 59-jähriger Einrichtungsberater und Küchenexperte im niederösterreichischen Wiener Neustadt:  
*„Entspannen, Relaxen, Beruhigung, gesellige Runde im Freundeskreis.“*



**Marc H.** aus Breitenbrunn im Burgenland. Der 40-Jährige arbeitet als Techniker und als Musiker:  
*„Ich denke in erster Linie an Erfrischung, Entspannung. Ich denke daran, wie ich an der frischen Luft sitze und an Genuss.“*



**Anni F.**, die 59-jährige Galeristin, lebt und arbeitet in Wien:  
*„Durst löschen, Bier ist ein gesundes Getränk; Gemütlichkeit, Freunde treffen, einfach eine gesellige Runde.“*

# Allgemeines aus der Welt des Biers



**Bierland Österreich.** Sowohl zu Hause (**35 %**) als auch im Restaurant (**60 %**) führt Bier unter den alkoholischen Getränken die Beliebtheitskala doch recht deutlich an. Das ergab eine vom Österreichischen Brauereiverband 2019 in Auftrag gegebene Trendmessung zur Wahrnehmung von Bier in Österreich. Wein dagegen landet bei der Beliebtheit mit **25 %** zu Hause und **44 %** im Restaurant lediglich auf dem zweiten Rang bei alkoholischen Getränken, wobei hier vor allem die Männer den Ausschlag geben. Bei Frauen kann sich Wein im Restaurant (**35 %**) doch immer noch eindeutig von Bier (**24 %**) absetzen. Im Vergleich werden im Restaurant üblicherweise insgesamt sogar mehr Bier, Weizenbier, alkoholfreies Bier, Craft Bier oder Biermischgetränke getrunken (**67 %**) als Mineralwasser, aromatisiertes Wasser, Wellnessgetränke und Leitungswasser (**57 %**). Stimmt es damit auch das Ergebnis der Umfrage, nach dem **52 %** der Bevölkerung Österreich auf jeden Fall als Bierland bezeichnen würden, insbesondere die Jungen. Davon sind die Österreicherinnen und Österreicher heute spürbar überzeugter als noch vor drei Jahren.



## EIN BIER WIE DAMALS

Bier ist eines der ältesten Kulturgetränke und noch immer wird darüber gestritten, ob der Mensch vor rund 10.000 Jahren im Nahen Osten begann, Getreide anzubauen, um damit Brot zu backen oder doch, um sich damit zuerst einmal Bier zu brauen. Ein Forscherteam des Kuratoriums Pfahlbauten jedenfalls rekonstruierte das Bier, das vor etwa 5700 Jahren wahrscheinlich in unseren Breiten getrunken wurde; genauer, von den Bewohnern der Pfahlbauten in den Seeufersiedlungen im Salzkammergut. Nur, das Originalbier von damals würde heute niemandem schmecken, versichert Archäologe Henrik

Pohl, der für das Kuratorium Pfahlbauten das UNESCO-Welterbe in Oberösterreich betreut. Gemeinsam mit der Pharmazeutin Helga Oeser und der kleinen Brauerei Kaltenböck machte er sich deshalb an eine moderne Interpretation des österreichischen Ur-Biers. So stand den Bewohnern der Pfahlbauten kein Hopfen zur Verfügung und es mussten andere Bitterstoffe verwendet werden, um das Bier haltbar zu machen: Schafgarbe oder Hagebutte etwa. Ähnlich wurde damals auch keine Gerste angebaut, sondern Einkorn. Für die Neuinterpretation wurden trotzdem Hopfen sowie Malz aus einer Einkorn-Gerste-Mischung verwendet. Das Pfahlbaubier soll dem ursprünglichen Geschmack damit sehr nahekommen und trotzdem schmecken.



Selbst eigene Pfahlbau-Bierkrüge wurden für das Projekt nach einem prähistorischen Vorbild getöpfert.

**FILMREIF.** Craft-Bier treibt mitunter die seltsamsten Blüten, aber den Vogel bzw. den Film hat in diesem Jahr die Brauerei Dogfish in den USA abgeschossen. Sie verkauft ein Craft-Bier, das sich nicht nur vom Geschmack eines herkömmlichen Lagerbiers weit abhebt, das sogenannte „SuperEIGHT“-Bier hat mit dem antiken Filmformat von Kodak darüber hinaus mehr als nur den Namen gemeinsam: Mit dem Gebräu lässt sich der gleichnamige Film nämlich auch entwickeln. Entstanden ist die Idee für das Bier, nachdem der Chef von Dogfish erfahren hat, dass sich einige Biere mit erhöhtem Säuregehalt zum Entwickeln von Filmrollen eignen. Aus der Idee wurde eine Kooperation für eine Imagekampagne von Kodak. Vor allem entstand aber eine grellrote Gose (eine säuerlich, salzige, obergärige Biersorte) mit 5,3 % Alkoholgehalt, die neben Birne, Mango, Boysenbeere, Brom- und Himbeere, Holunder, Kiwi und Quinoa ausreichend hawaiianisches Meersalz enthält.





## Es trinken Bier ...

RUND **60 %** DER ÖSTERREICHER KONSUMIEREN BIER REGELMÄSSIG: MÄNNER (**15 %** [fast] TÄGLICH; **32 %** MEHRMALS PRO WOCHE) SOWIE ÜBER 60-JÄHRIGE (**13 %** [fast] TÄGLICH) MIT HÖHERER TRINKFREQUENZ. ÜBERDURCHSCHNITTLICHER ZUGANG (**30 %** MEHRMALS PRO WOCHE) AUCH UNTER ARBEITERN UND LANDWIRTEN.

|      |                    |
|------|--------------------|
| 9 %  | fast täglich       |
| 21 % | mehrmals pro Woche |
| 29 % | mehrmals pro Monat |
| 19 % | seltener           |
| 22 % | fast gar nicht     |

**59 %**  
Regelmäßiger  
Bierkonsum

**41 %**  
Sporadischer  
Bierkonsum



## MYTHOS: „BIER IST EIN REINES MÄNNERGETRÄNK.“ WAS SAGEN UNSERE BIERGENIESSER?



„Nein, das ist ein echter Mythos. Ich kenne schon so viele Frauen, die gerne Bier trinken.“ Anni F., Wien

„Nein, das ist absolut nicht wahr. In Österreich trinken immer mehr Frauen Bier. Ist natürlich von Land zu Land unterschiedlich, aber Bier ist kein typisches Männergetränk.“ Karl M., Vorarlberg

„Nein, finde ich nicht. Bier ist nur zu zwei Dritteln ein Männergetränk, mittlerweile trinken auch viele Frauen gerne Bier.“

Fritz E., Niederösterreich

„Nein, das glaube ich mittlerweile nicht mehr. Ich glaube, dass Frauen auch gerne Bier trinken, nur eben in anderen Dosierungen.“ Dietmar W., Kärnten

Trotz leichter Zunahme beim Konsum ändert sich bei der **Kaufhäufigkeit von Bier** kaum etwas, konstant knapp **60 %** kaufen Bier mindestens einmal pro Monat für den Haushalt ein, wobei nur die wenigsten täglich (**1 %**) oder mehrmals pro Woche (**3 %**) zugreifen. Auffällig ist aber, dass der Anteil jener, die laut eigenen Angaben Bier gar nie für den Haushalt einkaufen, gegenüber den Vorjahren zurückgeht (**5 %**). Männer kaufen generell häufiger Bier ein (**66 %** mind. einmal pro Monat) als Frauen (**50 %**). Aktuell zeigt die Gruppe der 18–29-Jährigen eine höhere Kauffrequenz: **9 %** kaufen Bier mehrmals pro Woche für den Haushalt. Seltener als einmal im Monat kaufen **20 %** der österreichischen Bevölkerung. **16 %** decken sich nur zu bestimmten Anlässen mit Bier ein.“

market-Studie zur Bierkultur  
in Österreich 2019



# EINE WELT OHNE BIER

von Conrad Seidl

Gäbe es kein Bier, würden wir vielleicht noch auf den Bäumen hocken. Oder in Höhlen. Wären Jäger und Sammler, allenfalls nomadische Hirten. Kultur hätten wir keine. Denn mit dem Bier verhält es sich so: Man kann es nur brauen, wenn man Ackerbau betreibt. Und man kann umgekehrt Ackerbau nur sinnvoll betreiben, wenn man mit dem geernteten Korn etwas Sinnvolles macht. Und nichts macht mehr Sinn, als Bier zu brauen.

Das ist der Kern dessen, was man als „neolithische Revolution“ bezeichnet: Am Übergang von der Altsteinzeit zur Jungsteinzeit, am Beginn der menschlichen Kultur vor etwas mehr als 10.000 Jahren, haben die Menschen begonnen, jene Gräser zu vermehren, die größere Samenkörner und stabilere Ähren hatten als andere – der Beginn des Ackerbaus. Die erste Kultur war Agrikultur. Anthropologen haben inzwischen herausgefunden, dass damit die Geschichte der modernen Menschheit beginnt: Menschen haben Getreide, sie können daraus Bier brauen. Die ausgelaugten Biertreiber taugen dann immer noch dazu, Brot zu backen – das wurde erst kürzlich an der Hochschule Trier für jene Ur-Biere nachvollzogen.

Umgekehrt: Was wäre, wenn die Menschen den Ackerbau und das Bierbrauen bis heute noch nicht erfunden hätten? Ganz unwahrscheinlich ist das ja nicht – in mehr als einer Million Jahren menschlicher Frühgeschichte machen die letzten 10.000 Jahre ja nicht einmal ein Prozent aus; statistisch unbedeutend. Es fehlt nicht viel – und wir müssten Ackerbau und Bierbrauerei zur Haltbar- und Genießbarmachung der

Getreideernte erfinden. Gut: Mit unserem heutigen Wissen könnten wir das leicht; damals wird es jahrhundertlanges Probierens bedurft haben, weshalb das Bier in verschiedenen Regionen unserer Erde auch zu verschiedenen Zeiten erfunden wurde. Und zu verschiedenen Ergebnissen geführt hat.

Aber dann: Hatten die Menschen erst einmal Bier, dann hatten sie auch Grund zusammenzusitzen, gemeinsam zu feiern, vielleicht auch: gemeinsam jenen Gott oder (je nach Ausprägung der transzendentalen Vorstellungen) auch die Göttinnen und Götter zu preisen, die ihnen das wohlschmeckende, nährnde und durch den Alkohol das Bewusstsein erweiternde Bier geschenkt hatten. Sake und Weizenbier, Roggen- und Gerstenbier, Hirsebier und Reis-„Wein“ haben in diversen Gegenden dafür hergehalten.

Hauptsache man hatte etwas zu trinken: „Wer kein Bier hat, hat nichts zu trinken“, befand Martin Luther. Ach, Luther: Natürlich wäre uns in einer Welt ohne Bier – in der unsereins sich glücklich schätzen könnte, in einer komfortablen Höhle zu leben – all die Erkenntnis von Philosophie und Religion vorenthalten geblieben, niemand hätte sie aufschreiben können, es würde im täglichen Überlebenskampf wohl auch keinen interessieren. Allerdings wären uns auch die Religionskriege erspart geblieben. Mit unserem Wissen aber versuchen wir, religiösen und anderen Streit zu vermeiden, lieber setzen



wir uns bei einem Bier zusammen und diskutieren aus, was uns trennt. Und finden heraus, was uns verbindet.

Eigentlich einfach: Wir wissen ganz gut, wie nützlich es ist, „auf ein Bier“ zu gehen, um uns auszutauschen. Auch: Um uns zu versöhnen. Dem Steinzeitmenschen war das verwehrt, er hatte ja kein Bier.

Allerdings: Auch in unserer so zivilisiert wirkenden Moderne gibt es immer wieder Bestrebungen, ein bisschen Steinzeit in unser bürgerliches Leben zu bringen. Stichwort: Prohibition. Wir wissen aus dieser Erfahrung, dass es durchaus möglich ist, eine Welt ohne Bier zu schaffen – zumindest in einigen Winkeln der Welt. Genau untersucht wurde das im größten derartigen Experiment dieser Art, mit dem 18. Verfassungszusatz der USA, der von 1919 bis 1933 jegliche Alkoholproduktion (und de facto jeglichen





Alkoholkonsum) in den Vereinigten Staaten verboten hat. Die Folgen sind bekannt: Wer um die Segnungen des Brauwesens und des Bieres weiß, der wird versuchen, sich das auf mehr oder weniger legalem Wege zu besorgen.

Die Advokaten eines steinzeitlichen Puritanismus haben genau das Gegenteil dessen bewirkt, was sie propagiert haben: Statt einer glücklichen Gesellschaft ohne Bier bekamen sie eine Gesellschaft, die sich ihr Bier bei der Mafia besorgen musste – in ihrer radikalen Alkoholgegnerschaft haben die Prohibitionisten Gewalt und Verbrechen gefördert. Das Experiment einer Welt ohne Bier musste abgebrochen werden, bekanntlich bot US-Präsident Franklin D. Roosevelt einen „New Deal“, als er 1933 erklärte: „I think this would be a good time for beer“. Und es wurde eine gute Zeit, eine die aus der Wirtschaftskrise herausführte. Kein Wunder: Am Bier hängen allerlei Arbeitsplätze – vom Bauernhof über die Mälzerei und die Brauerei bis zu den Handelsorganisationen und den Gastwirtschaften. Als das Bier zurück in die triste Welt kam, blühten Wirtschaft und Gesellschaft wieder auf.

Allerdings: Nicht alle haben daraus gelernt. Nicht alle haben verstanden, dass es im Zweifel besser ist, sich auf ein Bier zusammenzusetzen, als mit aller Gewalt zu streiten. Noch heute gibt es Gegenden – „Dry Counties“ in den USA und ganze Staaten im Mittleren Osten –, deren Politiker glauben, man lebe ohne Bier besser. Das Ergebnis überzeugt nicht. Es sind freudlose Gesellschaften, die da entstehen. Es fehlt ihnen ein entscheidender Teil der Kultur: die Bierkultur.

## NEUN BUNDESLÄNDER OHNE BIER? BITTER!

Und wie sähe nach Meinung unserer neun Biergenießer eine Welt ohne Bier aus? Was alles wäre da anders, wenn es keines gäbe bzw. wenn Bier gar nie erfunden worden wäre? Generell ist so eine Welt für sie nicht vorstellbar. Denn, wäre es nicht erfunden worden, würde man doch sicher etwas anderes trinken. ABER: Der Österreicher wäre dann nicht so gemütlich, nicht so gesellig, nicht so entspannt – und somit ein Stück weit unglücklicher.

*„Die Welt wäre um ein riesiges Vergnügen ärmer und ich kann mir nicht vorstellen, dass es einmal kein Bier mehr gibt.“* Anni F., Wien

*„Die Frage stellt sich nicht, weil man es dann gar nicht kennen würde. Aber aus heutiger Sicht wäre eine Welt ohne Bier oder auch ohne Wein nicht möglich, beides hat große gesellschaftliche Bedeutung.“* Karl M., Vorarlberg

*„Der Österreicher an sich wäre nicht so gemütlich!“*  
Jörg M., Tirol

*„Dann hätten die Menschen einen anderen Alkohol. Aber die Wirtshauskultur würde untergehen. Viele blieben dann Zuhause.“* Sascha A., Salzburg

*„Wie funktioniert dann ein Fußball-Match ohne Bier? So etwas geht gar nicht! Auch eine Grill-Party ohne Bier wäre für viele Menschen undenkbar. Das gibt's nicht, und wird es auch nie geben!“* Dietmar W., Kärnten

*„Ohne Bier gäbe es keine Österreicher. Es gäbe auch keinen Stammtisch mehr.“*  
Fritz E., Niederösterreich

*„Ich glaube die Welt würde genauso stehen. Vielleicht würden die Leute mehr Mineral oder Spritzer trinken, und man wäre vielleicht nicht ganz so entspannt.“*  
Marc H., Burgenland

*„Es gäbe kein Freizeitbier, kein Feierabendbier. Man würde daher verstärkt andere Getränke bevorzugen, bei uns zum Beispiel Most.“* Roswitha H., Oberösterreich

*„Das wäre zwar bitter, aber ich würde dann irgendetwas anderes trinken, wir würden etwas anderes finden, zum Beispiel Wein.“* Ulrich P., Steiermark



# Komm', wir gehen nach Rimini!

*Der Sommer hat auch in Rimini die Strandliegen hochgeklappt, doch die Show muss weitergehen. Ende September fand im noblen Rahmen des Grand Hotel Rimini die 6. Weltmeisterschaft der Sommeliers für Bier statt, wo neben Fachwissen und sensorischen Fähigkeiten immer auch ein gewisses Maß an Entertainer-Künsten gefragt ist. Gerade dafür ist das Spitzenhotel im mondänen Badeort an der italienischen Adria quasi ein geschichtsträchtiger Boden.*







**Das Grand Hotel Rimini**, ein elegantes Fünf-Sterne-Haus, das wie aus der Zeit gefallen wirkt, liegt nur einen Frisbeewurf von Bagno delle Rose 10 und Bagno Augusto No. 11 am scheinbar endlosen Strand der Stadt entfernt. Über 250 solche Strandbäder soll es ja geben, aber die Touristenströme des Sommers sind am letzten Septemberwochenende schon eindeutig zum Bächlein geworden und die Sonnenschirme bleiben jetzt oft abgespannt. Dabei ist das

Wasser noch annehmbar warm und die Lufttemperatur, zumindest untertags, liegt meist noch weit jenseits der 20 Grad. Das Spitzenhotel ist an diesem Wochenende jedoch, wenn schon nicht voll belegt, so doch immer noch gut besucht, denn die 6. Weltmeisterschaft der Sommeliers für Bier macht das noble Haus kurz zum Fokus für Fans der Bierkultur auf der ganzen Erde.

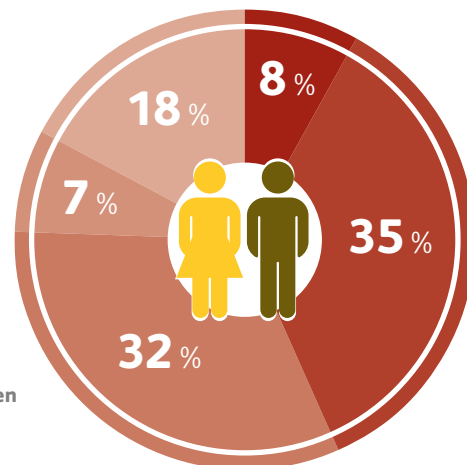
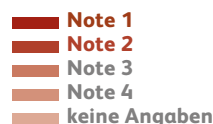
»»»







Wenig Veränderung gegenüber 2018 gibt es hinsichtlich der Beratungsqualität in der Gastronomie. Die Österreicher bewerten im Vergleich zu den Vorjahren häufiger mit „befriedigend (Note 3)“ statt keine Angabe zu machen:



Die Harmonie von Speise und Bier zu gewährleisten, aber auch professionelles Kellermanagement auf der Basis von Einkauf, Lagerung, Schankhygiene und Verwaltung, Kalkulation und Verkauf, ebenso wie Zapftechnik und fachgerechtes Service gehören zu den vielfältigen Aufgaben eines profund ausgebildeten Bierexperten.

### LA DOLCE VITA

Sonst ist das Grand Hotel Rimini Mittelpunkt einer völlig anderen Gruppe von Kulturfreunden, denn weltweite Bekanntheit erlangte es durch den vielleicht berühmtesten Sohn der Stadt: den Regisseur Federico Fellini. 1920, 12 Jahre nach Eröffnung des Hauses, wurde dieser als Kind armer Eltern in Rimini geboren und der Biographie nach soll er schon als kleiner Junge seinen Kopf durch die Tore des Hotelparks gesteckt haben, um einen Blick auf die elegante Gesellschaft zu erhaschen und von einem besseren Leben zu träumen. Diese Träume bannte er später in einer ganzen Reihe der wichtigsten Filme der Kinogeschichte auf Zelluloid. Das Grand Hotel Rimini hat insbesondere in Amarcord – mit dem Fellini seinen vierten von fünf Oscars gewann – seinen großen Auftritt als Bühne für einige der denkwürdigsten Momente des Films. Doch der nunmehr erfolgreiche Regisseur kehrte später auch als Gast regelmäßig wieder. Er wohnte dabei immer in derselben Suite und 1993 erlitt er genau dort auch den Herzanfall, dem er kurz darauf in einem Krankenhaus in Rom erliegen sollte.

### MEHR ALS REGIONALITÄT

Noch heute pilgern deshalb betuchtere Fellini-Fans nach Rimini, um im Grand Hotel genau diese Suite zu buchen, während der Rest mit dem nach aufwendiger Restaurierung 2018 wiedereröffneten „Fellini“-Kino (das Fulgor, wo Fellini auf den Knien seines Vaters seinen ersten Film gesehen hat) und irgendwann mit dem geplanten Museum zu seinen Ehren vorliebnehmen muss. Ende September waren die Bier-Fans zwar zahlenmäßig deutlich stärker vertreten, doch es ist selbstverständlich nicht so, dass es da keine Schnittmenge gäbe. Tatsächlich haben in Rimini ein paar Biergenießer und Filmliebhaber dem Künstler ihr ganz eigenes Denkmal gesetzt. Die Craft-Bier-Brauerei Amarcord versucht in ihren Bierspezialitäten auszudrücken, was Fellini mit seinen Meisterwerken transportieren wollte, sagen die Gründer: „Fellini hat die

Geschichte der Stadt erzählt, sie idealisiert und diese Idee, dieses Gefühl, diesen nostalgischen Geist von Rimini in seine Meisterwerke umgewandelt. Aus dieser Herangehensweise ziehen wir unsere Inspiration: Wir wollen mit unserem Bier mehr ausdrücken als Regionalität, nämlich eine Vision von einem Ort, wo Menschen, Authentizität und die Freude, die man in Gesellschaft von Freunden empfindet, noch wichtige Werte sind.“

### MEHRSTUFIGER BEWERB

Die 6. Weltmeisterschaft der Sommeliers für Bier in Rimini wird wie immer von der deutschen Doemens Akademie durchgeführt. Alle zwei Jahre findet sie an wechselnden Austragungsorten in verschiedenen Bierländern statt, alle vier Jahre wird sie in Deutschland ausgetragen. Nach einem definierten Länderschlüssel wird festgelegt, wie viele Teilnehmer aus einem Land zu diesem wichtigsten Wettbewerb für Bierexperten fahren dürfen. In nationalen Vorausscheidungen werden die Landesbesten ermittelt und insgesamt rund 80 Teilnehmer aus 18 Ländern zwischen Brasilien und Südkorea konnten sich so für Rimini qualifizieren. Auch an diesem 27. September wurde das Know-how der Teilnehmer in verschiedenen Durchläufen geprüft und bewertet: In einer ersten Vorausscheidung sind sowohl theoretisches Wissen rund ums Bier als auch sensorische Fähigkeiten im Erkennen von Bierstilen und Aromen gefragt. Die besten Teilnehmer präsentieren dann im Halbfinale, einem K.O.-Wettbewerb, ein ausgewähltes Bier und müssen sich im Vergleich gegen ihren direkten Konkurrenten durchsetzen, um ins Finale einzuziehen zu dürfen.

### ENTERTAINMENT-PROFIS

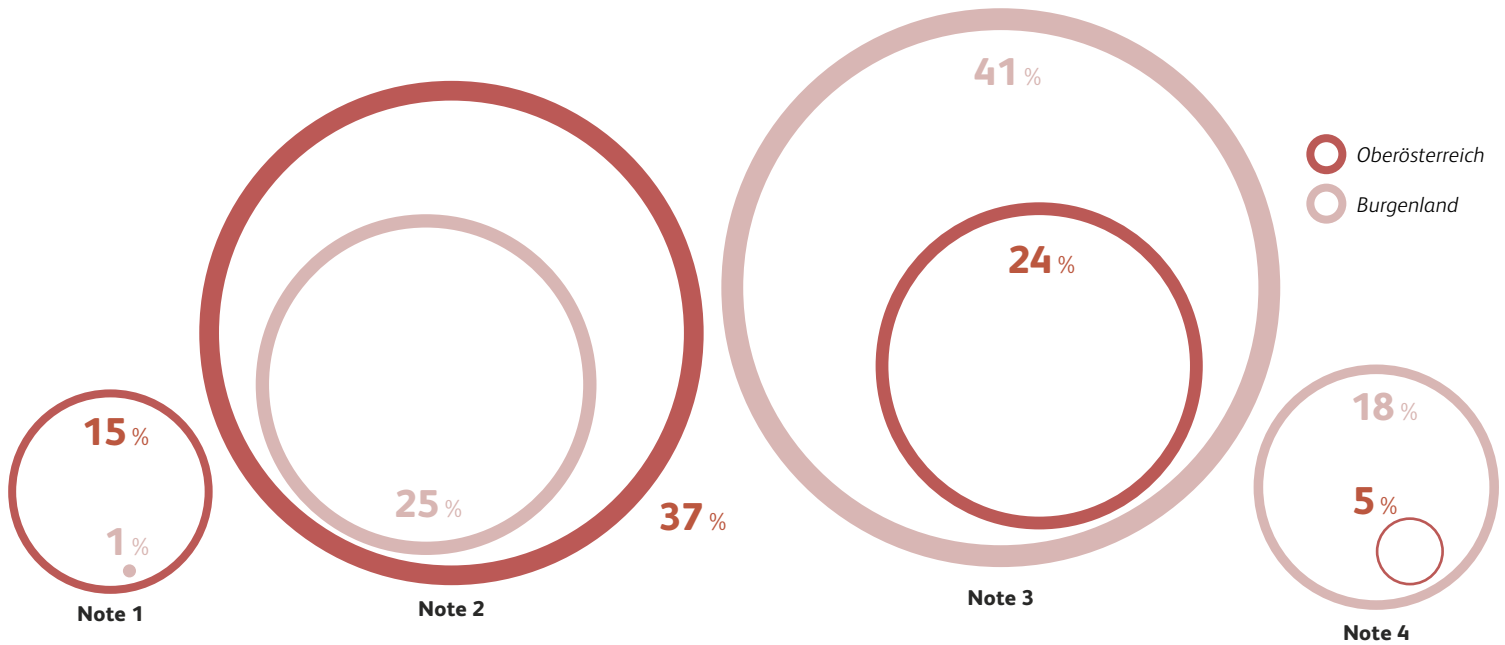
An diesem Tag zählte Österreich zu den Titelanwärtern. Schließlich reiste mit Felix Schiffner der bis dahin amtierende Vizeweltmeister an und auch mit Staatsmeister Michael Kolarik-Leingartner und Vize-Staatsmeister Julian Selinger war man stark vertreten.

»»»





Die Einschätzung der Beratungsqualität variiert teils erheblich. **SEHR GUT** oder **GUT**:



Sehr gut oder gut ist die Beratungsqualität für regelmäßige Bierkonsumenten  49 %

Sehr gut oder gut ist die Beratungsqualität für unregelmäßige Bierkonsumenten  35 %

Der Verband der Brauereien Österreichs sorgt mit dem Ausbildungsprogramm zum zertifizierten Biersommelier seit 2006 selbst für kompetente Anwärter für die Weltmeisterschaft. Mittlerweile Vorbild für viele Nationen, ist die Nachfrage in Österreich groß, erzählt Brauereiverbands-Geschäftsführerin Jutta Kaufmann-Kerschbaum: „Aktuell haben wir hierzulande rund 2.800 bestens ausgebildete Sommeliers für Bier, davon rund 400 Absolventen der höchsten Stufe, also Diplom-Biersommeliers.“ Insgesamt stellten sich in Rimini die zehn besten Biersommeliers des Landes, darunter zwei Frauen, der großen internationalen Konkurrenz.

Noch am 23. September fand sich das „A-Team“ zu einem abschließenden Trainingslager ein, um seine sensorischen Fähigkeiten zu schärfen und an den Präsentationstechniken zu feilen. Mittels Videoanalyse wurden dafür Mimik, Gestik und Rhetorik genauestens betrachtet und geschult, denn schließlich möchte das Auditorium im Grand Hotel auch unterhalten werden.

### GRANDE FINALE

Die für das Finale qualifizierten Teilnehmer treten vor eine hochkarätig besetzte Jury aus prominenten Persönlichkeiten der Biersommelier-Szene und der Braubranche. Jeder Finalist muss diese Fachjury mit seinem Wissen zu allen Themen rund um das Bier sowie mit seinen Präsentationskünsten überzeugen. Derjenige, der schließlich die Botschaft von Bierkultur und -vielfalt am besten präsentiert hat, wird zum Sieger und somit neuer Weltmeister der Biersommeliers gekürt. Bis ganz zum Schluss war der Oberösterreicher Selinger im Rennen um die Medaillen. Doch an einem Platz am Stockerl schrammt er vorbei. Durchsetzen konnte sich stattdessen Deutschland, das die Goldmedaille errang, vor allem aber gewann mit Elisa Raus die erste Frau die sechste Auflage des prestigeträchtigen Bewerbs: „Auch wenn es heuer knapp nicht geklappt hat; ich möchte unserem gesamten bierigen A-Team für die starke Teamleistung meine Hochachtung aussprechen und natürlich unseren Kollegen aus Deutschland herzlich gratulieren“, so Kaufmann-Kerschbaum danach.

*„Das muss vom Fass sein, frisch gezapft. Auch eine Bierglaskultur ist sehr wichtig, das richtige Glas zum Bier. Auf alle Fälle auch Geruch, Geschmack, Farbe. Das macht auch viel aus.“*

**Sascha A., Salzburg**





## WAS MACHT EIN BIER ZUM BIER?

In der Präsentation vielleicht nicht ganz so ausgefeilt wie die Biersommeliers, haben unsere Biergenießer trotzdem eine starke

Meinung dazu, was ein gutes Glas Bier ausmacht. Wesentlich ist demnach am Bier der Geschmack; dieser muss kräftig sein.

Dazu kommt die Optik, die Farbe, vor allem auch die Schaumkrone, die nur im richtigen Glas voll zur Geltung kommt.

*„Es muss kühl sein, die richtige Temperatur haben und ich trinke auch mit den Augen. Also ich mag ein schönes Glas bzw. wenn richtig eingeschenkt ist und der Schaum gut drauf ist.“* Roswitha H., Oberösterreich

*„Der Geschmack macht das Bier aus, weniger der Alkoholgehalt. Es sollte würzig sein und nicht zu süß, auch nicht zu wässrig. Wichtig ist auch die Farbe, die Schaumbildung. Die Zutaten, eben keine Chemie, keine Geschmacksstoffe.“* Karl M., Vorarlberg

*„Eindeutig die Farbe, dann das Geräusch beim Aufmachen und Einschenken. Das ist bei Bier einzigartig, das kenne ich von keinem anderen Getränk in dieser Form. Der Schaum ist auch enorm wichtig.“* Dietmar W., Kärnten

*„Hopfen, Malz, Wasser. Bier hat z. B. im Vergleich zu Wein weniger Säure, ist angenehmer. Wein ist manchmal nicht so bekömmlich.“* Jörg M., Tirol

*„Auf jeden Fall der Geschmack, der ist mir sehr wichtig. Aber ich kaufe wahrscheinlich unterbewusst auch, weil die Flasche oder das Etikett cool aussehen.“*

Marc H., Burgenland

*„Bier macht der gute Geschmack aus. Was genau da dazugehört, weiß ich nicht, weil ich kein Bierbrauer bin.“*

Fritz E., Niederösterreich

“

Wenig ändert sich 2019 auch an den **Anforderungen für den Bierkonsum in der Gastronomie**. Schankhygiene und eine saubere Zapfanlage (**89 %**), die Berücksichtigung des Alkoholverbots für Minderjährige (**82 %**) sowie der perfekte Biergenuss (Temperatur **86 %**, Zapfen **78 %** und passendes Glas **74 %**) gelten als Grundvoraussetzung. Während nach wie vor die Beratung etwas untergeordnet wird (je **36 %** persönlich oder durch Bierkarte), bleibt das breite Auswahl-spektrum an Bieren (Regionalangebot **71 %**, Fass- **61 %** als auch Flaschenbiere **49 %**) auf einem mittleren Level.“

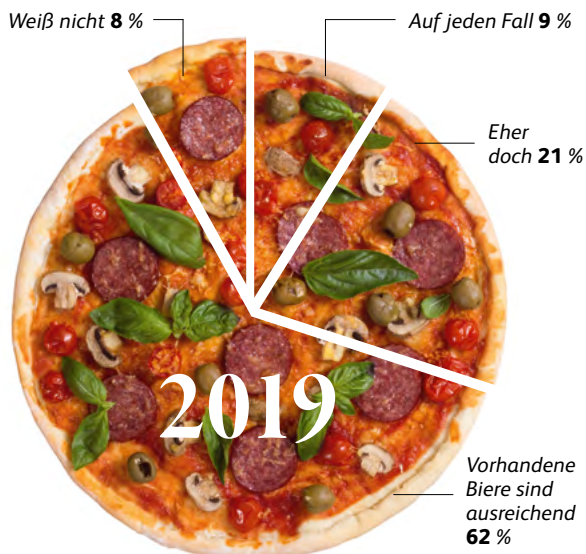
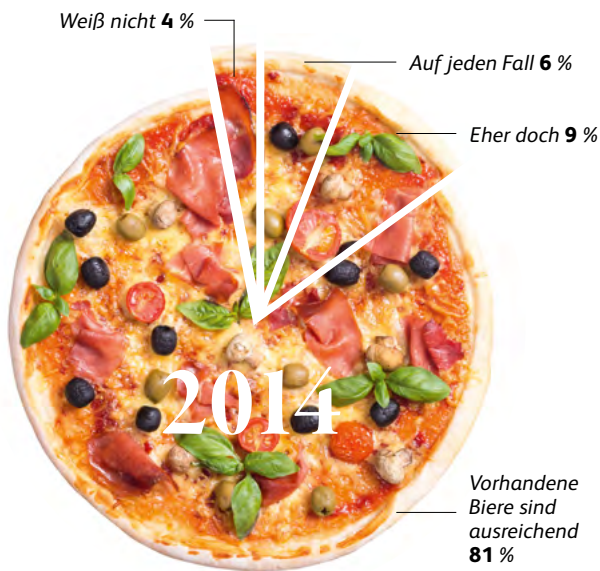
market-Studie zur Bierkultur  
in Österreich 2019



# »CHI BEVE BIRRA CAMPA CENT'ANNI« ...

... »Wer Bier trinkt, lebt hundert Jahre« lautet ein typisches italienisches Sprichwort. Und trotzdem finden laut Studie zur Bierkultur in Österreich lediglich **9 %** der Bevölkerung, dass als Begleitung zu italienischem Essen Bier besonders gut passt.

*In den letzten fünf Jahren ist die Zahl jener, die sich in der heimischen Gastronomie eine größere Auswahl an Bieren wünschen, deutlich gestiegen. Vor allem jüngere Konsumenten bejahen das zu **43 %**.*



Nun könnte es zwar sein, dass die Italiener zu dieser Weisheit gekommen sind, indem sie Bier ausschließlich als lebensverlängerndes Elixier zwischen den Mahlzeiten zu sich genommen und sich zu Pizza, Pasta auf Wein, Wasser und bittere Spirituosen beschränkt haben. Aber das ist natürlich nicht der Fall. Keinem Einwohner auf der Apenninenhalbinsel würde es etwa einfallen, zu einer Pizza Wein zu bestellen. Tatsächlich gehört südlich des Brenners das Bier genauso zu diesem italienischen Nationalgericht, wie es in unseren Breiten zu einem Gulasch Tradition ist. Zudem tut man der italienischen Küche unrecht und seinem eigenen Gaumen keinen Gefallen, wenn man sie auf Pizza und Pasta beschränkt. So meinen ja auch die Österreicherinnen und Österreicher, dass Bier zu Gegrilltem und deftigen Fleischspeisen am besten passt und die Cucina Italiana hat wahrlich genügend regionale Piatti di carne vom Arrosto bis zum Brasato, die einem schon beim Aussprechen das Wasser im Mund zusammenlaufen lassen.

## KEIN LAND DER BIERKULTUR?

Doch nicht nur in dem italienischen Sprichwort steckt ein Körnchen Wahrheit, sondern ebenso in der Wahrnehmung der Österreicher. Es gab Zeiten, da brüstete man sich in Italien noch damit, kein Land der Bierkultur zu sein, weil sich das Getränk angeblich genauso wenig mit dem nationalen Selbstverständ-

nis wie mit der mediterranen Kost vertrug. Man kann es den Österreichern also kaum verdenken, dass sie damals zu viel auf die Meinung der Einheimischen gaben, wenn es darum ging, das richtige Getränk zur Pasta all'amatriciana zu finden. Dabei hätte ein malziges Dunkles mit vollmundigem Profil und Röstnoten immer schon eine perfekte Ergänzung zu der würzigen Tomatensauce und dem deftigen Guanciale, einem Speck von der Schweinebacke oder vom Schweinenacken, abgegeben. Selbst heute noch liegt Italien beim Pro-Kopf-Verbrauch von Bier unter den europäischen Ländern mit 29 Litern im Jahr gerade einmal auf dem vorletzten Platz; unterboten nur noch von der Türkei. Nichtsdestotrotz sind inzwischen selbst die Italiener längst von diesem Irrweg abgekommen.

## AMORE GEHT DURCH DEN MAGEN

Seit Ende der 1990er erlebt das Land einen Boom der Craft Biere und Kleinstbrauereien. Mittlerweile gibt es über 800 birrifici artigianali (vor zehn Jahren waren es keine 300), die von Anfang an eine bestimmte Verkaufsstrategie bei den nicht so biertrinkfreudigen Italienern verfolgten: Nämlich ihre Landsleute durch den Magen abzuholen; durch den geht ja bekanntlich auch amore. Die Braumeister sahen ihre Zielgruppe in den Feinschmeckern des Landes und entwickelten komplexe, hochwertige





### Mehr auf Lager – und mehr als Lager

Obwohl unzählige Aromen und zahlreiche Bierspezialitäten den Gerstensaft zum **vielseitigen Essensbegleiter** machen, verbinden die Österreicher wie schon im Vorjahr in ihrer Gedankenwelt Bier (vermutlich ein Märzen) als besonders stimmig zu Gegrilltem (**74 %**), deftigen Fleischspeisen (**70 %**), der typischen Hausmannskost (**59 %**) oder zur Jause (**48 %**). Zu kleinen Snacks passt es für etwas mehr als ein Fünftel (**22 %**), nur für wenige zur italienischen Küche (**9 %**), zu Fast Food (**7 %**), Fertiggerichten (**6 %**) oder asiatischem Essen (**5 %**). Für den Großteil der Österreicher ist Bier unpassend zu leichter mediterraner Kost wie Fisch, Gemüsegerichten oder aber auch zu Salaten. Nur je **4 %** würden dazu gerne Bier trinken.

Bierspezialitäten, die, abgefüllt in 0,75-Liter-Flaschen mit aufwändig gestalteten Etiketten und einer durch regionale Zutaten ebenso spektakulären Aromenvielfalt, den Weinen des Landes als bevorzugter Speisebegleiter den Kampf ansagten.

So hat sich gerade in den Restaurants und Bars Italiens eine oft reichhaltige Karte mit anspruchsvollen Genussbieren einen festen Platz erobert. Die Italiener trinken zwar immer noch deutlich weniger Bier als die Österreicher, die nach wie vor den Vizeweltmeistertitel halten. Aber wenn, dann genießen sie ihr Bier, so wie auch ihr Essen: mit Bewusstsein und feinem Gaumen – und am liebsten natürlich beides zusammen.









---

**In Italien lässt man sich Bier nicht nur zur Pizza schmecken – oftmals wird es auch direkt in den Teig geknetet.**

So viel Zeit muss sein: ca. 20 Minuten Arbeitszeit

Reicht für: 4 Personen

Schwierigkeit: mittel

---

## ***Pizza mit Pfiff***

**Die Kruste wird so lockerer ...  
und „leckerer“:**



500 g italienisches Mehl Tipo 00

150 g Hartweizenmehl

10 g frische Hefe

5 g Trockenhefe

250 ml lauwarmes Wasser

Ein Pfiff bzw. 200 ml lauwarmes Bier

*(Weizenbier oder eine andere, gerne auch alkoholfreie Sorte)*

1 Prise Zucker

2 Teelöffel Meersalz

4 Esslöffel Olivenöl

- 1 Das Bier nicht direkt aus dem Kühlschrank nehmen, sondern zumindest bei Zimmertemperatur verarbeiten.
  - 2 Die frische Hefe zerbröckeln und gemeinsam mit der Trockenhefe und einer kleinen Prise Zucker im Bier auflösen.
  - 3 Das Gemisch zum vermengten Mehl in eine großen Schüssel geben.
  - 4 Olivenöl und Salz hinzufügen und mit einem Rührgerät mit Knethaken bei mittlerer Stufe kneten.
  - 5 Nach und nach das Wasser zugeben. Solange kneten bis der Teig elastisch ist und sich glatt von der Schüssel lösen lässt.
  - 6 Haftet der Teig an der Schüssel, etwas mehr Mehl zugeben.
  - 7 Den Teig nochmal per Hand durchkneten. In der Schüssel abgedeckt an einem warmen Ort mindestens 90 Minuten gehen lassen. Mehrere Stunden dauert es im Kühlschrank.
  - 8 Vor dem Verarbeiten abermals kurz mit den Händen durchkneten.
  - 9 Eignet sich ideal für den Pizzastein. Nach Gusto belegen.
- Buon Appetito!**



# Der dritte Mann

*Der genauso berühmte wie beliebte Biertrinker auf dem Logo des Birra Moretti ist eine Art Pop-Art-Ikone Italiens. Doch das genießerische Gesicht auf dem Flaschenetikett, dieses Markenzeichen italienischer Bierkultur hat österreichische Wurzeln.*

Mittlerweile ist der „Baffone“ (dt. Schnauzbart), wie der Träger der prachtvollen Gesichtsbehaarung auf dem Etikett des Birra Moretti genannt wird, weit über das Friaul, der Heimat der Marke und Wiege der italienischen Bierkultur, hinaus bekannt. Denn Birra Moretti ist nicht nur der bekannteste Gerstensaft Italiens, es wird auch in mehr als 40 Länder weltweit exportiert. Doch im Norden des Landes hat man selbst heute noch eine spezielle Beziehung zum Herrn mit dem gewaltigen Schnauzer und dem adretten grünen Hut, der in freudiger Erwartung nur Augen für das gut gefüllte, große Bierglas in seiner Hand hat. Viele dort wollen darin noch immer ihren Großvater oder einen Onkel erkennen, auch wenn sich die Illustration des Biergenießers über die Jahrzehnte stark verändert hat.

## DER ERSTE MANN

Denn der Legende nach hatte Luigi Moretti, Neffe des Brauereigründers, den Baffone in der Trattoria Boschetti in Tricesimo bei Udine entdeckt. Er sah etwas Besonderes in dem einfachen Mann am Nachbartisch: Die Verkörperung von

friaulischer Authentizität und Tradition. Alles, wofür auch Birra Moretti stand. Als Luigi ihn darum bat, ein Foto von ihm machen zu dürfen, ließ dieser sich als Gage auch lediglich ein weiteres Bier bezahlen. Das Bild kam auf Plakaten und im Moretti-Logo erstmals in den 1950ern zur Verwendung. Da war der Baffone noch etwas fülliger und gemütlicher als heute, der Schnauzbart deutlich ausladender und die Erwartung des ersten Schlucks noch ein ganzes Stück freudiger. Kein Wunder, dass er Luigi aufgefallen war und sich das Logo unter den Konsumenten schnell großer Popularität erfreute. Man konnte richtiggehend zusehen, wie dem Baffone das Wasser im Munde zusammenlief und es war leicht, sich selbst oder den eigenen Onkel mit dieser Figur zu identifizieren. Möglich zwar, dass Luigi 1942 jemanden beim Biertrinken als Ideal einer friaulischen Unverfälschtheit fotografiert hat – der Mann auf dem Moretti-Logo war es allerdings nicht.

## ECHTER TIROLER

Dieser Mann hieß nämlich Romed Schreiner und wie wir ihn da sehen, sitzt er gerade unter den Kastanien des Gasthofs Stangl in seiner Heimatgemeinde Thaur bei Innsbruck. Der erwartungsfrohe Blick, die gespitzten Lippen – das ist alles echt. Aber fotografiert hatte ihn nicht Luigi Moretti, sondern die deutsche Fotografin Erika Groth-Schmachtenberger im Jahr 1939. Und das Bier? Das Bier ist mit ziemlicher Sicherheit wohl auch kein Moretti. Das zumindest behauptet der umtriebige Kulturverein „Cervignano Nostra“, dessen Präsident Antonio Rossetti auf die Information im Zuge der Recherchen für eine Ausstellung und ein Buch über den Architekten und Fotografen (und Freund von Groth-Schmachtenberger) Ennio Puntin Gognan, gestoßen war.

*„Warum soll ich jetzt ein Bier trinken, das von weit hertransportiert wurde, wenn ich regional etwas habe, das genauso gut ist?“*

Jörg M., Tirol







### DER ZWEITE MANN

Als die Geschichte öffentlich wurde, erhoben sich sofort Gegenstimmen. Das Vorbild für den Baffone sei kein „Tiroler Bauer“ gewesen, sondern tatsächlich Corrado Tommasi Crudeli, Professor für pathologische Medizin und überhaupt Prototyp eines italienischen Helden. Crudeli war nämlich nicht nur Gründer des ersten Nationalen Instituts für Hygiene in Rom, sondern vor allem früher Unterstützer der Einigungsbewegung in Italien, der im 19. Jahrhundert nicht nur am berühmten „Zug der Tausend“ zur Befreiung Siziliens teilnahm, sondern auch unter den Koryphäen war, die sich der Amputation von Garibaldis Bein widersetzen, nachdem der größte der italienischen Nationalhelden verwundet worden war. Aus Dankbarkeit bekam Crudeli aus dessen Hand die erste (heimliche) republikanische Flagge Italiens geschenkt. Zum Moretti-Logo wurde der Vorzeigetiroler dann über eine recht verwickelte und leider nur schwer belegbare Geschichte. Die Hauptsache ist, dass kein Österreicher – damals Gegner der Einigungsbewegung – Vorbild für den Baffone sein durfte.

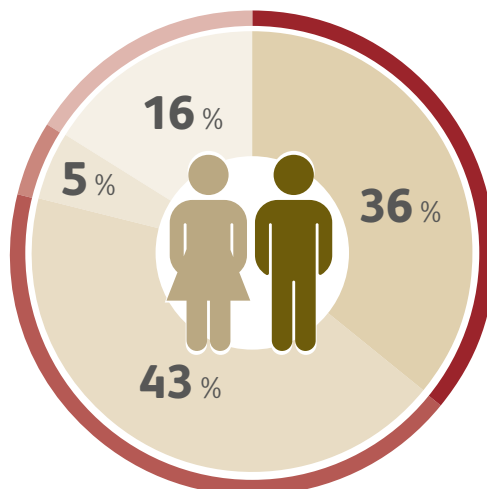
*Trinken Sie lieber ein Bier aus Ihrer näheren Region, ein Bier aus Österreich oder ein internationales Bier?*

Aus der Region **36 %**

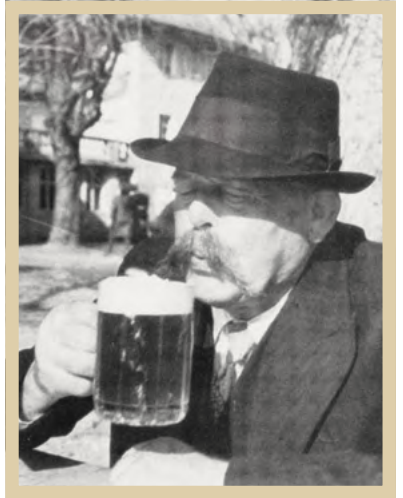
Aus Österreich **43 %**

Internationales Bier **5 %**

Herkunft egal **16 %**



Unschwer ist zu erkennen, dass es sich bei Romed Schreiner ...



... und dem „Baffone“ auf dem originalen Plakatentwurf von Franca Segala, um dieselbe Vorfreude und denselben Schnauzbart handelt.

### ECHTER GENUSS

Doch auch an diesem Ursprungsmythos des Moretti-Logos ist nur authentisch, dass Crudeli einen ähnlich eindrucksvollen Schnauzbart wie Schreiner trug. Zum Baffone macht ihn das allerdings nicht. Denn „Cervignano Nostra“ kann den Weg vom ursprünglichen Foto Romed Schreinners über einen bayerischen Kalender bis hin zur Zahlung einer Entschädigung an Erika Groth-Schmachtenberger durch Moretti im Jahr 1956 lückenlos dokumentiert nachzeichnen. Was aber bedeutet das für den Baffone – diesen Ausdruck des friaulischen Lebensgefühls schlechthin? Ist die italienische Identität des Birra Moretti so fragil, dass man verstaubte und doch recht kitschige Heldengeschichten ausgraben muss? Sicher nicht. Fest steht ja nur, dass Romed Schreiner sich sein Bier schmecken ließ. Zwar stammt der nicht aus dem Friaul – aber bestimmt hat auch dort schon mal ein gemütlicher Herr mit Bart und Hut im Schatten der Bäume seinem regionalen Bier ähnliche Blicke zugeworfen.



# Grünes Herz der Bierkultur

*Seit 110 Jahren macht reinstes Bergquellwasser aus den Tauern das Bier der Schladminger Brauerei aus, wobei man auf eine noch viel ältere alpine Braukultur zurückgreift. Dass das Schladminger heute der Inbegriff eines regionalen Bieres ist, verdankt es seiner Fähigkeit, sich angesichts der Umstände trotz allem immer wieder auch zu erneuern. Ein Charakterzug, der wie das Bier selbst tief in der obersteirischen Region verwurzelt ist.*





**Das Angebot von regionalen Bieren und Bierspezialitäten für die heimische Bierkultur ist wichtig für:**

**87 %** regelmäßige Biertrinker

**75 %** sporadische Biertrinker

Der Talbach in der nordwestlichen Steiermark gliedert sich im Oberlauf in viele kleinere und kleinste Zubringer, die samt und sonders in den Schladminger Tauern entspringen. Sie vereinigen sich im Mittellauf zum Ober- und zum Untertalbach, bevor diese endlich zum Talbach zusammenfließen. Der tritt dann durch eine Schlucht – die Talbachklamm – und durchschneidet nach einer Gesamtlänge von rund 20 Kilometern die Ortschaft Schladming im oberen Ennstal, wo er dann auch in die Enns mündet. Wenige Meter vor dieser Einmündung wurde vor 110 Jahren die kleine Brauerei Schladming gegründet. Ohne Aufbereitung macht die regionale Spezialitätenbrauerei dort seitdem aus dem Bergquellwasser das Schladminger Bier.

**Alpine Braukultur.** Wie ein Gebirgsbach hatte aber auch das Schladminger Bier viele kleinere und kleinste „Zubringer“, die quasi am Oberlauf seiner Geschichte, in den Jahrhunderten davor entsprungen sind. Tatsächlich ist es ganze 400 Jahre her, dass Bier in der Geschichte Schladmings eine dramatische Rolle spielte. Der Bierbrauer Balthasar Seriz, der im heutigen Gasthof Fischbacher seine Brauerei hatte, überhitzte 1618 unbeabsichtigt seine Bräupfanne und löste damit einen Flächenbrand aus, der innerhalb von nur einer halben Stunde alle 142 Holzhäuser der Ortschaft zu einem Raub der Flammen machte. Da half auch Alpenlöschwasser aus Talbach und Enns nichts.

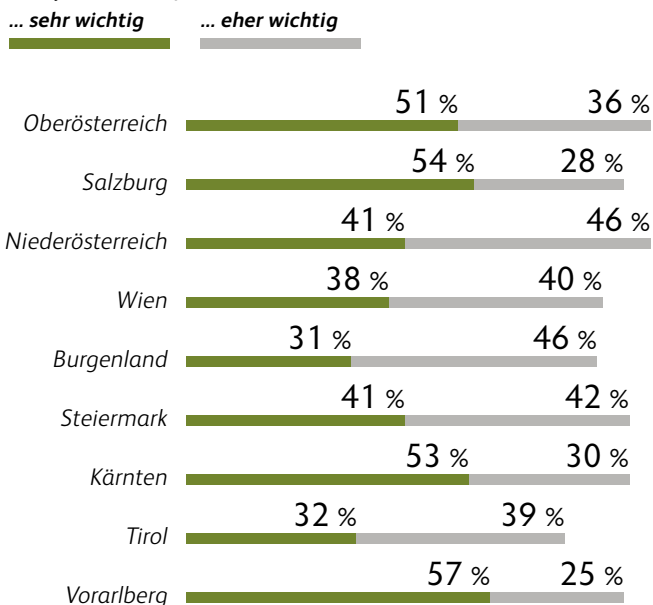
Wiederaufbau und Neuanfang gingen jedoch rasch vonstatten, da der Bergbau damals eine verlässliche wirtschaftliche Basis bot – der Region, genauso wie den Brauereien. In den nahen Niederen Tauern wurde nach Silber, Kupfer, Blei, Zink, Kobalt und Nickel geschürft und bereits zur Hochblüte des Silberabbaus Anfang des 16. Jahrhunderts wurden rund 1.500 Bergbauknappen im beachtlichen montanen Zentrum rund um Schladming beschäftigt. Die Arbeitsbedingungen waren hart, wie man sich vorstellen kann, und dem Feierabendbier von damals kam eine ungleich höhere Bedeutung zu. So standen schon zur Zeit des großen Brands gleich drei Brauereien in Schladming bereit, um den Durst der Knappen zu stillen.

### Neue Welt.

Die Gasthausbraustätten mussten sich damit um ihren Absatz lange keine Sorgen machen. Doch nicht nur durch den Niedergang des Bergbaus kam es im 19. Jahrhundert trotzdem zu einer Reduktion der Anzahl der Brauereien: Waren es in der Steiermark etwa 1859 noch 159 Betriebe, so zählte man gerade 30 Jahre später nur mehr 67. Denn auch der Wandel vom handwerklichen zum industriellen Brauen spielte im ländlichen Raum eine große Rolle bei dieser Entwicklung. Erst der Einsatz von Dampfmaschinen im Braugewerbe, wie sie Anton Dreher sen. in seiner Schwechater Brauerei vormachte, dann der Einsatz künstlicher Kühlsysteme, wie sie Dreher jun. in der Triestiner Niederlassung des Stammhauses erstmals einsetzte, zwangen auch kleine Brauereien zu Investitionen, um qualitativ auf der Höhe der Zeit zu bleiben. »»»

„Nach dem Rückgang von 2017 auf 2018 pendelt sich die **Wertigkeit von regionalen Bieren** für die heimische Bierkultur aktuell auf dem **Vorjahresniveau** ein. Neben den Regionen Oberösterreich und Salzburg findet man dabei eine leicht höhere Einschätzung unter den Älteren ab 50 Jahren.“  
market-Studie zur Bierkultur in Österreich 2019

### Das Angebot von regionalen Bieren und Bierspezialitäten für die heimische Bierkultur ist ...

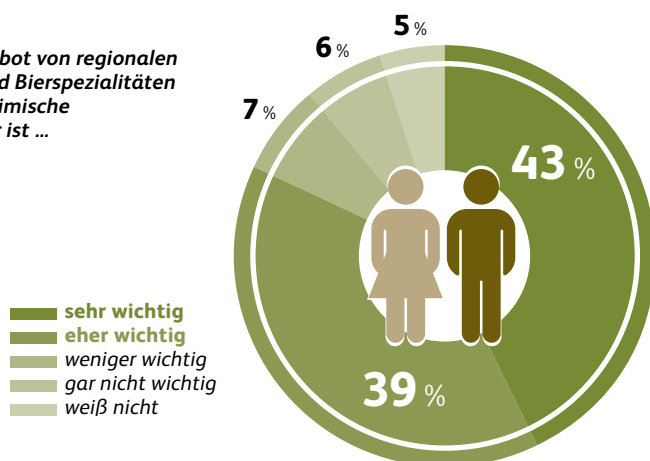






Seit Mitte des Jahres wird in der **Brauerei Schladming** Bier zur Gänze mit grüner Energie gebraut. Zum laufenden Betrieb ist eine Leistung von rund 1.000 kW erforderlich, denn der Energiebedarf ist seit der Mehrheitsbeteiligung der Brau Union Österreich ohnehin schon halbiert worden. Zwei Drittel davon werden dabei durch die Anbindung an das Schladminger Fernwärmenetz geliefert, der Rest für den Hochtemperaturbereich zum Kochen der Würze wird hingegen von einem neuen Pellet-Heizwerk erzeugt.

**Das Angebot von regionalen  
Bieren und Bierspezialitäten  
für die heimische  
Bierkultur ist ...**



1909 beschränkte sich der Betrieb der Bahn durchs Ennstal ausschließlich auf die Sommermonate. Vom Wintertourismus als Massenphänomen oder gar vom „Night Race“ war in Schladming noch lange keine Rede, wenn auch im Jahr zuvor der erste Wintersportverein des Orts gegründet worden war, der im Jahr darauf die ersten Skirennen organisierte. So lebte die Region eher noch von der Sommerfrische. Die Bahn half Gästen, eine unberührte Natur und die jahrhundertealte Kulturlandschaft zu entdecken und verschaffte der Region ein völlig neues wirtschaftliches Standbein. Zuvor hatte die wichtige Transportmöglichkeit allerdings nicht verhindern können, dass sich der Erzabbau nach vielen Auf und Abs der billigen Konkurrenz aus Übersee beugen musste und nach fast 500 Jahren ganz zu Ende ging. Die Bahnstrecke, die eigentlich den Abtransport des Metalls vereinfachen hätte sollen, machte es dafür teils honorigen Sommergästen leichter, nach Schladming zu gelangen. Mit ihnen kamen ein Neuanfang und Wachstum, aber auch andere Qualitätsansprüche an das Bier und erste Konkurrenz in die Obersteiermark.



*„Nur weil es näher ist, ist regionales Bier nicht gleich besser. Aber ich trinke z. B. gerne Schladminger, weil es mir einfach schmeckt.“*

Ulrich P., Steiermark



## SCHMECKT REGIONALES BIER WIRKLICH BESSER?

Regionalität hat viele Vorteile, aber der Geschmack hängt von vielen Faktoren ab. Vor allem von den Zutaten und der Brauqualität. Nur weil es das Bier von nebenan ist, muss es nicht automatisch besser schmecken, sagen die Teilnehmer der qualitativen Umfrage:

*„Nein, das glaube ich nicht. Es gibt einfach Unterschiede beim Bier, das eine schmeckt einem eben besser als das andere. Das hat aber nichts mit Regionalität zu tun.“* Jörg M., Tirol

*„Nein, würde ich nicht sagen, da gibt es Verschiedenes. Ich bin beispielsweise Salzburger und es gibt Steirer oder Kärntner Bier, das gut ist.“* Sascha A., Salzburg

*„Absolut nicht. Es kann auch eine große Brauerei ein weitaus besseres Bier machen als eine kleine Brauerei, das hängt einfach nur mit der Produktionsqualität zusammen.“* Karl M., Vorarlberg

*„Das Golser Bier ist z. B. gut und regional und man unterstützt Arbeitsplätze in der Region. Aber dass es jetzt besser schmeckt als ein Bier von woanders, das würde ich nicht behaupten.“* Marc H., Burgenland

*„Das würde ich so nicht sehen, denn eines meiner Lieblingsbiere ist z. B. Zipfer. Das ist alles andere als hier aus der Gegend.“* Anni F., Wien

*„Ich glaube, dass das eher psychologisch etwas ausmacht. Ich trinke z. B. gern Hirter, weil ich in der Brauerei sehr viele Leute kenne. Aber letztlich zählt der Geschmack.“* Dietmar W., Kärnten

**Vom Technologie- zum Klimawandel.** Moderne Brau- und Kühlanlagen mussten also finanziert werden. Das ging auch anderen Orten der Monarchie so und es kam zur Gründung gleich mehrerer Brauereigenossenschaften. In Oberösterreich entstanden so etwa 1908 erst die Grieskirchner Brauerei, dann die Rieder Brauerei. Im Folgejahr war es in der Steiermark soweit: Die Brauer von Schladming einigten sich mit Persönlichkeiten des Orts auf eine eigene Genossenschaft und die „Erste alpenländische Volksbrauerei“ wurde nach einjähriger Bauzeit feierlich eröffnet. 1910 folgte noch eine zweite steirische Brauerei dem Schladminger Genossenschaftsmodell: die Brauerei in Murau.

Dass österreichischen Biertrinkern all diese Biere über 100 Jahre später noch ein Begriff sind, spricht für den Erfolg des regionalen Genossenschaftsmodells. Tatsächlich werden insgesamt knapp 70 Prozent des Schladminger Bieres in der Steiermark getrunken und mit rund 700 regionalen Kunden ist der Heimmarkt mit einem Anteil von 94 % nahezu gesättigt. Und auch im Osten Österreichs schätzt man das aus alpinen Rohstoffen gebrauchte flüssige Gold. Fast jedes vierte Schladminger wird mittlerweile dort genossen. Doch mit dem Ende des Bierkartells und der österreichweiten Öffnung der Markenbindungen in den 1980ern kam es zum Eindringen neuer Marken ins Stammgebiet der Ersten Alpenländischen Volksbrauerei. Man suchte nach neuen Allianzen, was 2002 zu einer Mehrheitsbeteiligung der Brau Union Österreich führte.

Wenngleich heute die rund 350 Mitglieder der Genossenschaft also ihren Anteil nur mehr „ehrenhalber“ verwalten, so stellt die Teilnahme am betrieblichen Geschehen doch einen traditionellen gesellschaftlichen Fixpunkt in Schladming dar. In drei Aufsichtsratssitzungen und einer Generalversammlung wird über die Zukunft eifrig diskutiert. Wie weitsichtig die Entscheidung war, einen großen Partner ins Boot zu holen, zeigt sich nun, da einmal mehr eine technologische Weiterentwicklung das nötige Kapital erfordert. Nur ist es diesmal, 110 Jahre später, nicht qualitativer Druck, sondern es sind die Erfordernisse einer Welt im Klimawandel. Mitte 2019 wurde die gesamte Energieversorgung der Brauerei am Zusammenfluss von Talbach und Enns entsprechend ökologisch nachhaltiger Aspekte umgestellt.



Die Brauerei-Mitarbeiter 1923







# Wolle braucht Weile

*Grün und grau waren gestern. Mit Mut zur Farbe und großer Experimentierfreudigkeit hat die Lodenwalke in Ramsau, Steiermark, für das älteste Funktionstextil überhaupt mittlerweile Anhänger auf der ganzen Welt gefunden. Doch das Geheimnis des Erfolgs ist ein anderes: Das Beharren auf Qualität mit Mut zur Langsamkeit.*

Es ist der älteste Gewerbebetrieb der Steiermark und der nachweislich älteste, bestehende Hersteller von Loden überhaupt: Vor 585 Jahren wurde die „Lodenwalke“ in der Ramsau, am Fuße des Dachsteins und etwa sieben Kilometer von Schladming entfernt, erstmals urkundlich erwähnt: Drei Ellen vom „Loden, der in der Gegend in vorzüglicher Qualität erzeugt wird“, werden im Urbar des Stifts Admont aus dem Jahr 1434 für den Betrieb in der Ramsau als Steuerabgabe festgelegt; „Ennstaler Tuch“ wird das Erzeugnis da auch genannt. Wir hingegen kennen den Loden, genauer gesagt den Walkloden, heute als das älteste Material für Funktionskleidung überhaupt.

Die unzähligen Bergknappen der Gegend verdanken ihm jahrhundertlang den wenigen Komfort und Schutz, den sie unter den harschen, ja lebensfeindlichen Bedingungen des Mineral- und Erzabbaus hatten. Die Bewohner der paradiesisch schönen, aber oft unerbittlichen Natur in der Region erkannten als erste die Vorteile, die das Walken von Wolle mit sich bringt, bei der sie in handwarmem Wasser unter Zugabe von Kernseife durch Druck und Reibung verfilzt, dichter und kleiner wird. Und Bergsteiger schwören auch noch heute, in Zeiten von Gore-Tex und anderen High-Tech-Kunstfasern, die aus Erdölderivaten hergestellt werden, auf das Naturprodukt.

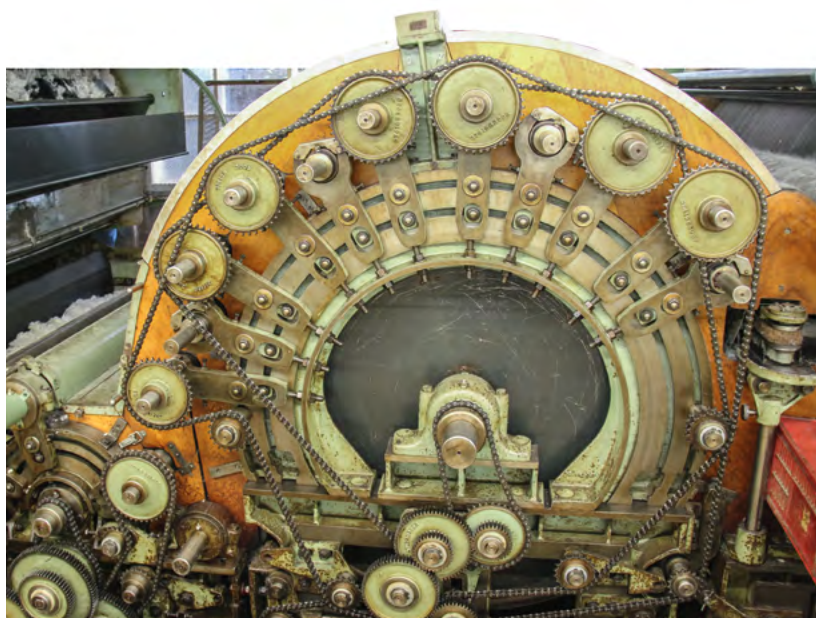
Denn reine Schurwolle ist von Natur aus nicht nur wärmeregulierend, wärmeisolierend und geruchsneutral. In der um 60 % verdichteten Form des Lodens ist sie darüber hinaus fast winddicht und trotzdem noch atmungsaktiv, überaus langlebig und extrem widerstandsfähig. So wird das Tragen von Loden im 21. Jahrhundert zum Statement gegen die Wegwerfkultur der Billigmode, findet Jörg Steiner, dessen Vorfahren vor bald 200 Jahren in den Besitz des Betriebs gelangten.

## BEWUSST KLEIN ...

Er selbst hat 2006, mit gerade einmal Mitte 20, die Leitung des Betriebs von seinem Vater übernommen. Etwas früher als geplant, gibt Steiner zu, denn eigentlich wäre er zuvor noch gerne mehr in

der Welt herumgekommen. Australien und Neuseeland vor allem hätten ihn gereizt, denn er wollte die Produzenten der verschiedenen Wollen, aus denen sein Betrieb den Walkloden herstellt, besser kennen lernen. Ob die Wolle denn nicht mehr von heimischen Schafen stammt? „Nein“, antwortet er, ohne zu zögern. Die Wolle der Hochgebirgsschafe sei zu grob, zu kratzig für die Kunden und die ersten, die nur noch den weichen, anschmiegsamen Loden mit dem höchsten Tragekomfort wollten, waren ausgerechnet die heimischen Schafbauern selbst. Die Bauern der Region und ihre Schafe waren zwar die Grundlage der Existenz der Lodenwalke, doch nur die Briten hätten es verstanden, den aus ähnlich grober Wolle hergestellten Tweed als Kulturgut zu vermarkten: „Wir machen schon noch immer richtig dicken Loden, aber die Kunst und das Geheimnis dahinter ist, die verschiedenen Wollen so zu mischen, dass man einen derben Stoff machen kann, der immer noch eine gewisse Weichheit hat, und einen dünnen, der immer noch was aushält.“

»»»







Unerschütterliche Qualität und die herausragenden Eigenschaften von Loden haben natürlich einen gewissen, wenn auch fairen Preis – und billig gekauft ist bekanntlich noch teurer. Außerdem spürt **Jörg Steiner** den Megatrend Regionalität auch im Bekleidungsbereich: „Man merkt, dass die Kunden und gerade die jüngeren Kunden zunehmend darauf achten, wo die Sachen herkommen und wie sie produziert wurden.“

Aber wann immer er nicht von den Vorlieben seiner Kunden abhängig ist, setzt Jörg Steiner auf Regionalität. Sogar die Reißverschlüsse kommen wieder aus dem Burgenland, und für Stoffe aus Merinowolle, die er zuvor in Australien kaufen musste, hat er gerade einen Lieferanten in Slowenien gefunden. „Für mich ist das Wichtigste, dass wir alles, was möglich ist, aus Österreich oder zumindest aus den Nachbarländern beziehen. Wenn das nicht geht, muss es eben von weiter her sein. Ich gehe aber nicht automatisch dorthin, wo es billiger ist, denn das Billigste ist selten auch das Beste.“ Das heißt nicht, dass man etwa in China keine guten Reißverschlüsse kaufen könnte, aber es ist ihm wichtiger, ein ehrliches Produkt zu haben, als

ein paar Cent zu sparen. Damit erklärt sich Steiner unter anderem auch die Langlebigkeit der Lodenwalke gerade in Zeiten der Globalisierung: „Irgendwann kommt jeder an die Kreuzung, wo er sich für Qualität oder Quantität entscheidet. Geht man in Richtung Quantität, muss man natürlich weg aus Europa. Aber es muss nicht immer mehr sein. Das ist der Weg, den wir eingeschlagen haben: Bewusst klein.“ Bewusst klein, bewusst langsam; auch bewusst gemütlich und überschaubar. So wird Qualität gemacht und so ist es auch möglich, die gesamte Produktionskette vom Wolfen – also dem Vermischen von verschiedenen Rohwollsorten und -farbtönen – über das Spinnen der Garne und Zwirne, über das Weben, Walken und







Färben, bis hin zur eigenen Schneiderei (eine der letzten in Österreich) in einem Unternehmen zu vereinen.

Bevor wir uns aber zur Besichtigung dieser Produktion begeben, sitzen wir zum Gespräch im Gasthaus, das der Lodenwalke angeschlossen ist. Die Verköstigung der Besucher ist wahrscheinlich genau so alt wie die Lodenwalke selbst, denn die gelernten Weber, die einst von Hof zu Hof wanderten, um die Wollgarne und -zwirne der Bauern zu Wolltüchern zu verarbeiten, bevor sie schließlich zu Loden gewalkt werden konnten, mussten auch verköstigt werden. Und auch hier setzt Steiner auf Regionalität: Schladminger Bier gibt es natürlich zu den feinen und auch zünftigeren Schmankerln, die die regionale Küche zu bieten hat.

»»»»

## WAS STECKT HINTER DEM (JAHR-TAUSENDELANGEN) ERFOLG VON BIER?

Ein wesentlicher Faktor, sagen unsere Biergenießer, ist der vergleichsweise geringe Alkoholgehalt, der Bier für fast alle Situationen und Anlässe geeignet macht. Biertrinken ist unkompliziert, Bier steht für Tradition und schafft Geselligkeit. Und natürlich – Bier schmeckt.

*„Dass es einfach gut ist. Das hat sicher was mit dem Alkohol zu tun, dass es nicht so stark ist und man so größere Mengen davon aushält. Dass da nur beste Zutaten drin sind und nichts gepanscht wird.“*

Jörg M., Tirol

*„Es ist oft einfacher, eine Flasche Bier zu trinken als Wein; es ist nicht so aufwendig. Ich glaube auch, es liegt an der Geselligkeit und dem Spaß, den man mit Bier hat.“* Roswitha H., Oberösterreich

*„Weil es sich irgendwie so eingebürgert hat. Wächst man am Land auf, sieht man die Leute schon früh Bier trinken. Irgendwann kostet man selbst mal und es schmeckt einem.“* Ulrich P., Steiermark

*„Wahrscheinlich der Geschmack. Nicht jeder will Wein, Wasser oder Limonade trinken. Bier ist da so ein Zwischending.“* Fritz E., Niederösterreich

*„Die Faszination von Bier hängt zum einen mit dem Alkoholgehalt zusammen. Man kann z. B. Wein nicht in derselben Menge trinken wie ein Bier. Bier hat zudem durch seinen Nährwert auch einen gewissen Nahrungsmittelcharakter.“*

Karl M., Vorarlberg







Heute werden in der Lodenwalke nicht mehr nur feste Lodenstoffe erzeugt. Auch aus feinen Lodenstoffen in großer Auswahl erzeugt die hauseigene Schneiderei Mode für Kunden weltweit.

### ... BEWUSST LANGSAM

Dass sich die Lodenwalke so lange erhalten hat, ist aus mehreren Gründen bemerkenswert. Nicht zuletzt, weil sie mehr als nur einmal ein Raub der Hochwasser des angrenzenden Wildbachs wurde. Aus einem Kaufbrief von 1608 geht etwa hervor, dass die Gebäude an das andere Ufer verlegt werden mussten, nachdem sie vorher dreimal dem Hochwasser zum Opfer gefallen waren, und zuletzt richtete das Wasser 1938 schwere Schäden an Gebäuden, Maschinen und Vorräten an. Dann hatte Steiners Großvater aber genug: Er verlegte den ersten Neubau in vielen hundert Jahren ein paar Meter höher in eine geschütztere Lage. Nicht zu weit weg jedoch, denn der Bach liefert immerhin die Energie für zwei werkseigene Wasserkraftanlagen, mit denen der Strom für den gesamten Antrieb und die Beheizung erzeugt wird. Die Lodenwalke ist damit nicht nur energieautark, sie speist den Überschuss an grünem Strom auch ins Netz ein.

Der Betrieb geht allerdings nicht nur in Riesenschritten auf sein 600-Jahr-Jubiläum zu, weil man in der Ramsau stur den Naturgewalten trotzte oder

weil vor allem der „Schladminger Perlloden“ mit seiner unregelmäßig-grauen Anmutung Eingang in die Volkstracht gefunden hat. Die Produktion mag teilweise fast museal wirken, doch es hat gute Gründe – abseits vom Festhalten an Tradition und Geschichte –, dass sich Geräte, von denen keiner mehr genau weiß wie alt sie sind, neben modernen Anlagen, aber vor allem neben vielen Maschinen aus dem zweiten Drittel des 20. Jahrhunderts erhalten haben. Denn trotz des enormen technischen Fortschritts lassen sich die Eigenschaften des Walklodens nicht imitieren und auch sein jahrhundertealter Herstellungsprozess nicht verdrängen; teilweise ist der Fortschritt sogar kontraproduktiv: „Wolle braucht Weile“, zitiert Jörg Steiner eine alte Weisheit seines Handwerks. Die neuen Hochleistungsanlagen würden zwar um ein Vielfaches schneller arbeiten, aber die Wolle auch stressen: „Die schonende, langsamere Behandlung der Wolle dagegen kann man in der Qualität der Ware fühlen und in den besonderen Eigenschaften des Lodens auch beobachten.“

Der technische Fortschritt kann die traditionelle Herstellung nicht imitieren: Aufgeraut werden manche Loden nach wie vor mit Naturdisteln.





# »ES IST KEINE FRAGE DES FISCHSTÜCKS, SONDERN DER KULTUR.«

Vor einem Jahr wurde die Österreichische Gesellschaft für Koch- und Tafelkultur ins Leben gerufen. Vorstandsmitglied und Tafelkulturstin Annette Ahrens erzählt im Interview, warum ihr die Gründung ein Anliegen war und was eine Tafelkulturstin eigentlich so macht.

## *Frau Ahrens, wie kam es zur Beschäftigung mit Tafelkultur?*

Ich habe mich im Kunstgeschichtestudium immer mit Kunstgewerbe beschäftigt, obwohl die Professoren gesagt haben, ich soll mich mit etwas Gescheitem, also Bildhauerei oder Malerei, auseinandersetzen. Aber es hat mich einfach interessiert und ich denke, dass das à la longue das Einzige ist, das einen bei der Stange hält. Bei Kunstauktionen war ich dann im Bereich Antiquitäten tätig, wo man automatisch mit solchen Objekten zu tun hat: mit Silber, mit Wiener Porzellan, mit Glas von Lobmeyr usw., und als ich mich dann als Antiquitätenhändlerin selbstständig gemacht habe, musste ich mich spezialisieren.

## *Erst kam also die Beschäftigung mit Objekten der Tafelkultur; wie wurde daraus eine Tafelkulturstin?*

(lacht) Das Wort ist mir irgendwann eingefallen. Viele fanden es erst ungewöhnlich, aber schon nach kurzer Erklärung konnten die meisten damit etwas verbinden. Es war also nicht allzu sehr erklärungsbedürftig und hat eine Spur Humor. Und das ist mir sehr wichtig im Leben.

## *Wie erklären Sie also den Begriff?*

Ich liebe alles was mit dem Decken eines Tisches zu tun hat. Es ist nicht so, dass ich jemand sein möchte, der anderen auf die Finger klopft, wenn sie die Gabel falsch halten. Aber es soll schon ein bisschen mehr gefragt werden, warum das Messer rechts und die Gabel links liegt. Das finde ich so spannend, dass die historischen Objekte immer Geschichten erzählen. Und die möchte ich den Menschen weitergeben.

## *Ist das auch, was sie am Kunstgewerbe und den Antiquitäten interessiert hat – die Geschichten dahinter?*

Ja, natürlich. Denn vieles weiß man einfach nicht mehr; dass Fisch etwa mit zwei Gabeln gegessen wurde. Ich habe ja auch einige Objekte, bei denen niemand mehr weiß, wozu die gebraucht wurden, und immer, wenn ich Workshops mache, zeige ich solche Dinge her. Man wundert sich, wie schnell das verloren geht. Ich bin wahrscheinlich auch selbst mein größter Sammler. Das ist für einen Händler natürlich gefährlich (lacht), aber ich denke es geht nur, wenn man eine Leidenschaft für die Dinge hat, denn sonst ist man nicht authentisch und glaubwürdig. Natürlich kann ich auch einen Tisch für hundert Leute decken, aber das ist dann ein Spleen (lacht).

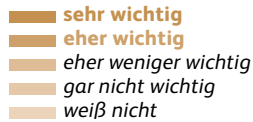
»»»»



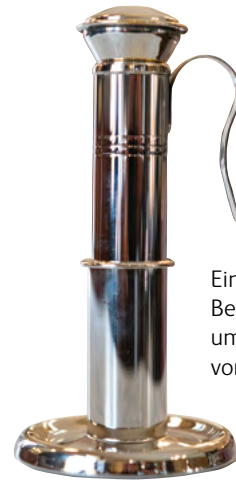
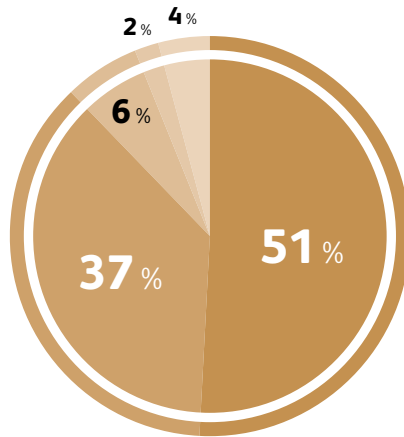
© David Boumann Photography



## BIER IST FÜR DIE ÖSTERREICHISCHE GETRÄNKEKULTUR ...



Den höchsten Stellenwert genießt Bier in der Gruppe der 30–39-Jährigen (58 %) bzw. in den höheren Bildungsschichten (57 %). Erhöhte Affinität gibt es auch in Oberösterreich (61 %) und Salzburg (57 %).



Ein Bierwärmer der Berndorfer Metallwarenfabrik um 1910; aus der Sammlung von Annette Ahrens.

### So kam es dann zu Tätigkeiten abseits des Handels?

Ja. Da halte ich Vorträge zum Thema Tafelkultur und Workshops, wo die Leute lernen, wie man die Silbergabel benutzt, Qualitätsunterschiede bei Gläsern erkennt und warum eines fünf und ein anderes 50 Euro kostet. Damit sie den Qualitätsunterschied kennenlernen und merken, dass es eben nicht egal ist, wie man isst. Ich finde es schade, denn es kostet oft nicht viel mehr, etwas Originelleres zu kaufen: Historisches Silber ist nicht unbedingt teurer als ein neues Edelstahlbesteck. Das möchte ich den Menschen mitgeben, wenn sie mir zuhören (*lacht*).

### Warum ist Ihnen das wichtig?

Es hat, glaube ich, mit Selbstwert zu tun, dass man sich auch in unserer schnelllebigen Zeit damit auseinandersetzt, was man tut. Es ist Teil unserer kulturellen Errungenschaft, dass wir mit Messer und Gabel essen, dass wir es auf einen Teller legen, und dass wir uns diese Zeit sitzend nehmen. In der Spitzengastronomie wird zunehmend auf die Fischgabel verzichtet, weil meist nur Filets serviert werden. Und da sage ich: Es ist keine Frage des Fischstücks, sondern eine Frage der Kultur. Man darf natürlich nicht vergessen, dass das Luxusorgane sind, aber es macht glücklich. Ich lebe in dieser Welt, ich gehe jeden Samstag auf einen Flohmarkt, ich suche Gabeln und freue mich, wenn ich die Zwölfte finde, die mir in einem Set fehlt; und ich bewege mich unter Menschen, die das auch interessiert.

*„Der Geschmack von Bier hat was Entspannendes, dann ist da Ruhe, Wohlbefinden. Es ist ein Durstlöscher und dient auch der Energieaufnahme. Ich spüre Zufriedenheit und es lindert den Stress.“*

Karl M., Vorarlberg



### Jetzt umso mehr, da Sie die Österreichische Gesellschaft für Koch- und Tafelkultur ins Leben gerufen haben.

Ja, diese haben wir vor einem Jahr gegründet. Ich bin schon länger mit der Idee für eine Gesellschaft für Tafelkultur schwanger gegangen, habe aber zuerst völlig übersehen, dass das ja ganz eng mit der Kochkultur zusammenhängt. Das eine geht nicht ohne das andere. Menschen, die gerne und gut kochen, wollen auch einen schön gedeckten Tisch haben und umgekehrt. Mittlerweile haben wir 140 Mitglieder und es macht mir große Freude, dass da so viele interessante Menschen, die ein bisschen gleich ticken, zusammenkommen, um sich auszutauschen. Es ist auch gelungen, dass viele unterschiedliche Branchen angesprochen werden: die Hotelleriebranche, die Wurstproduzenten Wiens, aber auch Gasthäuser, Sammler von Objekten, Wissenschaftler und Spitzenköche.

### Was ist das Ziel der Gesellschaft?

Wir sind kein Verein, der Kochkurse macht. Davon gibt es genug. Wir wollen einerseits das verloren gegangene Wissen rund um die Wiener Küche – und damit sind natürlich auch die österreichischen Regionalküchen gemeint – retten und alte Rezepte wieder zugänglich machen. Aber wir wollen auch verloren gegangene Geschichten der österreichischen Tafelkultur wieder aufdecken, wie das Falten von Servietten, oder wie man die verschiedenen Bestecke benutzt.

*Das vielfältige Besteck steht natürlich mit den gekochten Speisen in einem Zusammenhang, beim Wein ist es üblich, verschiedene Gläser aufzudecken, die verschiedene Rebsorten betonen; beim Bier ist das nicht so ausgeprägt. Wie erklärt sich das?*

Bier wurde früher etwas niederschwelliger konsumiert, aber das ändert sich ja erfreulicherweise.

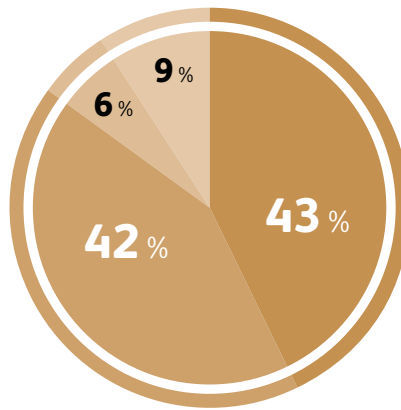
Und man darf ja nicht vergessen, dass es in Österreich noch nicht ewig her ist, dass man begonnen hat, den Rotwein aus



## DAS IMAGE VON BIER IN DEN LETZTEN 10 JAHREN ...

- hat sich verbessert
- ist gleich geblieben
- hat sich verschlechtert
- weiß nicht, keine Angaben

Eine Imageverbesserung für Bier wird vermehrt von 50–59-Jährigen (50 %) bzw. Frauen (46 %) erkannt. Hinzu kommt der regelmäßige Bierkonsum (48 %) als positiv beeinflussender Faktor.



## WAS LÖST DER GENUSS VON BIER AUS?

Wie geht es unseren Bierfreunden eigentlich, wenn sie in den Genuss kommen? Der Entspannungsfaktor bei Bier ist entscheidend, sagen sie durchgehend.

Bier hilft beim Runterkommen; die Zufriedenheit und das Wohlbefinden steigen. Gleichzeitig fühlen sie sich dabei aber auch erfrischt – insbesondere, wenn es zuvor stressig und anstrengend war.

*„Vor allem Entspannung! Für mich ist es auch eine Zeremonie, also Bier aus dem Kühlschrank holen, entscheiden welche Sorte und dann aufmachen. Da ist jede Sekunde, die ich warte, für mich wie das Warten beim Weihnachtsfest.“*

Dietmar W., Kärnten

*„Besondere Gefühle habe ich jetzt nicht beim Bier trinken, aber es ist schon so, dass ich mich nach einem langen Arbeitstag gerne mit Freunden treffe und Bier trinke. Ich bin eine Gesellschaftstrinkerin, es wird also nie passieren, dass ich Zuhause zu einem Bier greife.“* Anni F., Wien

*„Wenn du richtig ausgepowert bist und ein Bier trinkst, ist das ein tolles Erlebnis. Es hat einen guten Geschmack und ist auch erfrischend.“* Ulrich P., Steiermark

*„Meistens geht’s mir gut. Bier hat eben was Entspannendes; den Hopfen, der einen beruhigt. Man kann abschalten nach einem stressigen Arbeitstag.“* Jörg M., Tirol

*„Es entspannt mich, es macht relaxt und gesellig. Wer Bier trinkt, wird noch lustiger.“* Fritz E., Niederösterreich

*„Irgendwie Entspannung, den Alltag vergessen und Erfrischung als Durstlöscher. Es sind wirklich Stoffe drinnen, die mein Körper dann braucht, zum Beispiel das Isotonische.“* Marc H., Burgenland

verschiedenen Gläsern zu trinken. Aber es macht schon Sinn, um das Geschmackserlebnis zu unterstützen. Das können die alten dicken Gläser nicht. Im 18. Jh. etwa standen noch überhaupt keine Gläser am Tisch. Da wurde das Glas gereicht und man hat es ex. ausgetrunken. Mit dem Vorteil, dass man das Getränk in der richtigen Temperatur bekam und man sich keine Sorgen machen musste, dass die kostbaren Gläser an der Tafel umfallen (*lacht*).

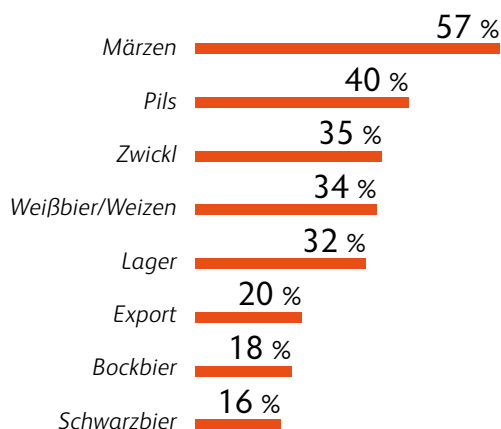
*Vielen Dank für das Gespräch!*



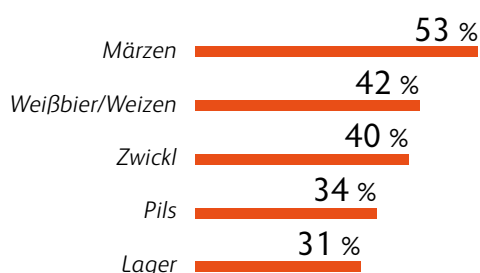
# DAS BESTE AUS NATUR UND BRAUKUNST

2019 feierte das Schwechater Zwickl sein 20. Jubiläum. Doch dass einer der Paradevertreter tatsächlich noch nicht länger am Markt sein sollte, überrascht bei einer Biersorte, die viele als die unverfälschte Daseinsform des Biers ansehen. Wir fischen im Trüben von Geschichte und Erfolg des Zwicklbiers.

**Wie gerne trinken Sie die einzelnen Biersorten und -spezialitäten? Gern oder sehr gern trinken ...**



**Bemerkenswert: Jüngere (18 - 29 Jahre) haben 2019 eine stärkere Tendenz zu den (meist) naturtrüben Sorten Weizen und Zwickl. Sehr gern oder gern trinken sie:**



Lorenz Adalbert Enzinger wurde durch eine Erfindung bekannt, die er unter der Bezeichnung „Enzinger's Universal-Schnellfilter“ vermarktete und 1880 auf der Münchner Brauereitagung vorstellte. Bekannt und reich muss man sagen, denn der Filter fand bei Braustätten schnell reißenden Absatz. Schon 1883 musste Enzingers Firma aus Platzgründen umziehen. 1886 war bereits der tausendste „Bierfilter“ verkauft. Jener hielt nämlich Hefepartikel aus dem Bier zurück und das sparte den Brauereien unter anderem Zeit. Denn bis dahin musste man ja das Bier, je reiner es sein sollte, umso länger liegen lassen, damit sich die Hefe setzen konnte. Es machte das kostbare Getränk vor allem aber haltbarer und das wiederum bedeutete, dass die Unternehmen es auch über längere Strecken transportieren konnten. Eine Revolution im Gewerbe.

Überhaupt waren viele Neuerungen der Brauereitechnologie des 19. Jahrhunderts damit beschäftigt, dem Bier seinen Seidenglanz zu verleihen oder ihm zumindest seine natürliche Trübung zu nehmen. Das begann wahrscheinlich mit der Einführung massengefertigter, durchsichtiger Gläser, setzte sich aber mit dem Aufkommen heller, klarer, untergäriger Lager- und dann Pilsbiere immer weiter fort. Immer klarer und immer heller (was ja auch nur eine andere Form der Klarheit ist) wurden die Biere, Trübungen hingegen wurden zunehmend Zeichen für einen Fehler. So ist es kein Wunder, dass die Konsumenten dem Aufkommen des Zwicklbiers in den 1980ern erstmal kritisch gegenüberstanden.

## ERFOLGSGEHEIMNIS

Mittlerweile jedoch ist das Zwickl laut market-Studie zur Bierkultur in Österreich 2019 nach dem dominanten Märzen ein paar Punkte hinter dem Pils

zur drittbekanntesten Biersorte Österreichs aufgestiegen. Bemerkenswert für ein Bier, das nicht nur die Vorbehalte der Konsumenten gegenüber trüben Bieren ausräumen musste und das noch dazu vor nicht allzu langer Zeit kaum in Flaschen, sondern fast nur vom Fass erhältlich war. Darüber hinaus fährt das Zwickl vor allem im Osten Österreichs seinen Erfolg ein. Westlich von Oberösterreich, ab einem Punkt irgendwo zwischen Bratwurstläquator und Weißwurstgrenze, macht ihm das hefetrübe Weizenbier Konkurrenz.

Doch die große Beliebtheit des Zwickl ist auch keine allzu große Überraschung. Das hat zweierlei Gründe, wie Schwechater Braumeister Andreas Urban bestätigt: „Es ist etwas ganz Eigenständiges. Allein durch die Vollmundigkeit der Hefe- und Eiweißpartikel, die noch enthalten sind, kommt es cremiger auf den Gaumen und ist auch bekömmlicher. Wäre es filtriert, würde man zum Beispiel die Bittere viel stärker wahrnehmen.“ So aber drängt sich weder dieses Aroma noch ein anderes in den Vordergrund. Geschmack, Geruch und Farbe ergeben ein harmonisches Ganzes.

## KULTURBELASSEN

Ursprünglich, also in den Zeiten vor „Enzinger's Universal-Schnellfilter“, war mit „Zwicklbier“ eine Probe gemeint, die der Braumeister mit dem „Zwicklhahn“ vom Gärbottich, nunja, abzwickelte. Damit wollte er überprüfen, ob sich die Hefe schon abgesetzt hatte – hoffte also eigentlich auf ein klares und nicht ein trübes „Zwicklbier“. Heute dagegen erwartet sich der Konsument ein schön gleichmäßig „wolkiges“ und „unverfälschtes“ Zwickl, denn ernährungsphysiologisch sollen die verbliebenen Trübstoffe – Hefepartikel, Eiweiß, aber auch Vitamine und Mineralstoffe – ja



## Zwickl trinken die Österreicher und Österreicherinnen 2019 ...



... sehr  
gerne  
**14 %**

... eher  
schon  
**21 %**

... eher  
weniger  
**19 %**

... gar  
nicht  
**37 %**

... weiß  
nicht  
**9 %**

besonders wertvoll sein. Genauso wie es wegen des geringen Kohlensäureanteils besonders bekömmlich sein soll. Diese Naturbelassenheit ist allerdings nur die halbe Wahrheit. Denn um eine schön ansprechende Trübung zu erreichen, setzen österreichische Braumeister nicht nur auf die Hefetrübung, sondern verwenden neben Gersten- zusätzlich Weizenmalz für die viel gleichmäßigere Eiweißtrübung. Etwas, das in Deutschland aufgrund des oft hinderlichen Reinheitsgebots nicht möglich wäre, was aber schließlich das runde Ganze des österreichischen Zwickl erst möglich macht: Das cremig-weiche Mundgefühl und der gleichzeitig kräftig-würzige Geschmack sind das Beste aus beiden Welten – eine Balance aus Natürlichkeit und Braukunst.

“

Keine Veränderung gibt es 2019 beim **Trinkverhalten von Craft Bier**: **20 %** trinken dieses gern, wenige sind aber vollends davon überzeugt. Stärkeren Zugang gibt es unter Jüngeren (**32 %** bei 18- bis 29-Jährigen, **28 %** bei 30- bis 39-Jährigen) urbaneren Typen (Landeshauptstädte **25 %**) bzw. unter den regelmäßigen Bierkonsumenten (**26 %**). Nach Bundesländern aufgeschlüsselt, sprechen die Steiermark (**27 %**) und Wien (**25 %**) Craft Bier am stärksten zu. Besonders gern greifen, von jenen die generell Craft Bier trinken (**40 %**), zu diesen Spezialitäten: Pale Ale **27 %**, Stout **18 %**, IPA (India Pale Ale) **16 %**, Porter **14 %** und Imperial Stout **8 %**.“

market-Studie zur Bierkultur in Österreich 2019







# »ES FREUT MICH, WENN ES DEN LEUTEN SCHMECKT.«

Andreas Urban, seit 11 Jahren Braumeister der Schwechater Brauerei, ist seit 2018 auch der Präsident des Bundes der österreichischen Braumeister und Brauereitechniker. Zudem hat er einen Lehrauftrag an der Universität für Bodenkultur in Wien, sitzt in zahlreichen Kostjurs und engagiert sich bei Ausbildungen von der Brautechnikerlehre bis zum Biersommelier. Im Interview gab er Einblick in seine jüngste Nebenbeschäftigung und in den Alltag eines Braumeisters zwischen Qualitätssicherung und Innovation.

**Herr Urban, seit einem Jahr sind sie auch Präsident des Bundes der österreichischen Braumeister und Brauereitechniker. Wie darf man sich als Außenstehender diese Vereinigung vorstellen?**

„Das ist eine Community, wo etwa 80 % der Braumeister und -techniker Österreichs versammelt sind. Es gibt einerseits die etwa 300 ordentlichen Mitglieder: Da ist es egal, ob sie aus einer großen oder kleinen Brauerei kommen, solange die Ausbildung zum Braumeister oder -techniker passt. Dann gibt es noch außerordentliche Mitglieder: Das sind vielfach Mitarbeiter von Firmen aus der Zulieferbranche. Wir veranstalten gemeinsame Besichtigungen von Brauereien, Vorträge mit fachspezifischen Themen und tauschen uns bei Fragen aus. Es gibt außerdem ein großes Zusammengehörigkeitsgefühl, keine Geheimnisse unter den Technikern und keine Konkurrenz zwischen größeren und kleineren Brauereien.“

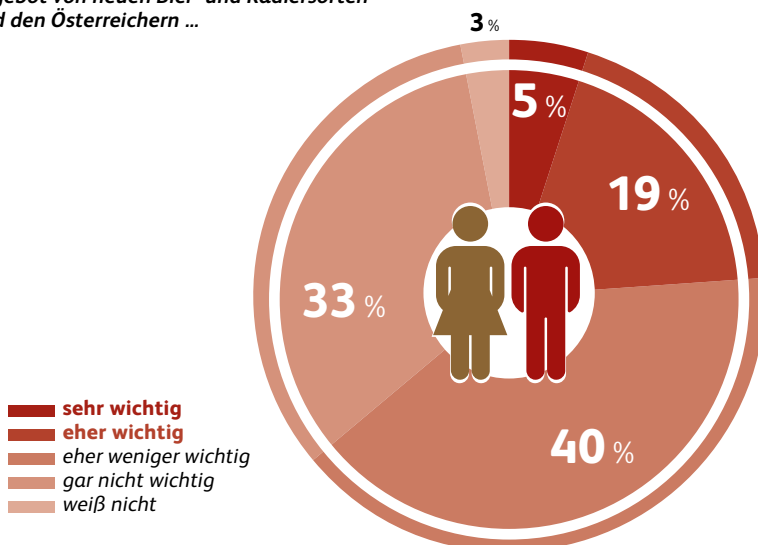
**Gibt es darüber hinaus so etwas wie eine österreichische Identität bei den Braumeistern Österreichs?**

„Würde ich schon sagen. Es gibt von allen das Bekenntnis zum Qualitätsprodukt Bier und wir haben auch versucht, das österreichische Lager- oder Märzenbier, das etwas stärker in der Stammwürze ist als das Helle in Deutschland und sich auch vom Export unterscheidet, als immaterielles Weltkulturerbe schützen zu lassen. Das ist aber formal nicht ganz so einfach. Die gegenseitige Wertschätzung und diese Verbundenheit macht aber das gemeinsame Interesse für Bierqualität und Biervielfalt aus. Irgendwie ist der Brauerbund auch Bestandteil der österreichischen Bierkultur.“

**Woher nehmen Sie die Energie für Ihre zusätzlichen Tätigkeiten?**

„Ich sehe das nicht wirklich als Belastung und werde auch gut unterstützt. Es gibt auch das Verständnis des Arbeitgebers, dass ich etwa die Lehrabschlussprüfung für die Brau- und Getränketechniker leite, denn das ist ja auch eine Expertise und Werbung für den Standort und das Unternehmen. Den Rest erledige ich in der Freizeit, denn es macht mir Spaß, neue Dinge zu sehen und zu lernen. Deshalb habe ich selbst die Ausbildung zum Biersommelier gemacht. Aber es ist mir auch wichtig, dass es jetzt mehr als 1.000 andere Biersommeliers in Österreich gibt, die von der Herstellung des Bieres über die Bierpflege und die Glaskultur bis hin zu Food Pairing Bescheid wissen. Denn das hilft, den Stellenwert des Bieres in der Gesellschaft zu heben und ist sicher ein Grund, warum sich in Österreich die Bierkultur im Aufschwung befindet und Bier nicht mehr nur als Aperitif oder zum Gulasch getrunken wird.“

Getränkeinnovationen und ein breites Angebot von neuen Bier- und Radlersorten sind den Österreichern ...



»»»»





»Viele glauben, wir sind hier einfach ins Archiv gegangen, haben das Rezept ausgegraben und es ging schon los.«

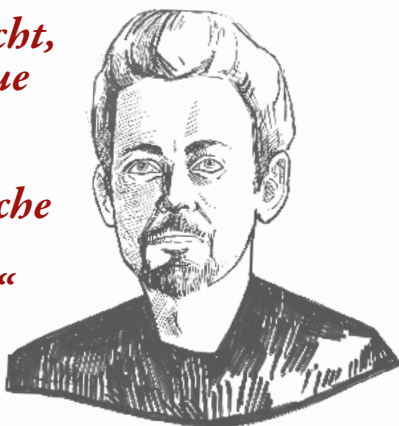
*Kommen wir aber auf Ihren eigentlichen Job als Braumeister in Schwechat zu sprechen: Wie kann man sich den vorstellen? Da geht es im Alltag doch sicher stark um gleichbleibende Qualität?*

„Wir haben in der Brau Union Österreich drei Säulen der Qualitätssicherung: Das Bier soll chemisch-technisch entsprechen, mikrobiologisch einwandfrei sein und natürlich ist die gleichbleibende Qualität der Sensorik das Um und Auf. Wir sprechen aber trotzdem von einem Lebensmittel, das aus natürlichen Rohstoffen besteht. So ist der Hopfen hinsicht-

lich seiner Inhaltsstoffe jährlich etwas anders und auch das Gerstenmalz kann mal proteinreicher sein, mal weniger. Dann muss man beim Maischen etwas ändern, um wieder zu dem Ergebnis, zu dem Aroma und der Farbe zu kommen, die sich die Leute erwarten. In einer Kleinstbrauerei gehört es ja schon fast zur Philosophie, dass jeder Sud anders schmeckt. Bei einer Brauerei wie Schwechat, die mehr als 800.000 hl selbst braut, geht das selbstverständlich nicht.“

**„Trends kann ich mir gut vorstellen, z. B. auch veganes Bier oder ein isotonisches Bier für Sportler. Aber insgesamt glaube ich nicht, dass es da noch viele neue Sachen gibt. Vielleicht ‚warmes Bier‘, also Biertee; oder irgendwelche Mixes mit neuen Geschmacksrichtungen.“**

Marc H., Burgenland



*Wie kreativ kann man in so einer großen Brauerei sein?*

„In einem Riesenhaus tut man sich natürlich schwerer, ‚kreativ‘ zu sein. Mit einem so großen Sortiment an Produkten kann man aber gut damit leben und es ist ja auch nicht mein Ansinnen, jährlich ein neues Bier zu kreieren, denn dann wäre ich hier falsch. Das schafft der Karl Trojan bei Schremser – ein Studienkollege von mir – das geht in Kaltenhausen oder in Göss, wenn ich an die Innovationen denke, die von dort kommen. Aber ich bin in der Brauerei Schwechat rundum zufrieden.“

*Trotzdem haben Sie mit dem Wiener Lager vor einigen Jahren eine Produktinnovation vorgelegt. Denn sie haben ja das Bier, das Anton Dreher 1841 hier am Standort geschaffen hat, nicht eins zu eins neu aufgelegt, oder?*

„Das Wiener Lager ist ja ein Bierstil, der einst durch immer heller werdende Biere verdrängt worden war, und international zwar berühmt blieb, aber in Österreich nicht mehr gebraut wurde. Nur vom

»Das gemeinsame Interesse für Bierqualität und Biervielfalt macht die Wertschätzung und Verbundenheit unter den Braumeistern aus.«



© Peter Rauchegger

Hadmar-Bier in Weitra hat man gesagt, dass es ähnlich sein soll. Doch es hat sich dann ergeben, dass 175 Jahre vergangen waren, seit Dreher den Bierstil kreiert hatte und ich habe ein paar Gleichgesinnte gefunden, die mir zustimmten, dass man das wieder ändern muss. Viele glauben, wir sind dann hier einfach ins Archiv gegangen, haben das Rezept ausgegraben und es ging schon los, aber das Archiv in dieser Breite gibt es nicht. Wir haben vielmehr über verschiedene Beschreibungen und Berichte, wie über die Farbe des Bieres usw., zurückgefunden. Und Hand in Hand mit den Kollegen aus Ottakring und ein paar kleineren Brauereien, wie dem Brew Age in Wien und dem Gusswerk in Salzburg, haben wir das Wiener Lager mittlerweile wieder unter den österreichischen Bierliebhabern und -kennern bekannt gemacht.

Im Nachhinein versteht jetzt keiner, warum der Bierstil verschwunden war (*lacht*). Er hat sich wieder etabliert, wenn auch nur im östlichen Raum Österreichs. Da geht es uns ähnlich wie dem Zwickl. Aber, allein wenn man in dem Raum Erfolg hat, hat man schon was erreicht, und es freut mich natürlich, wenn es den Leuten schmeckt.“

»»»»

**Weil Sie das Zwickl ansprechen: Es ist zwar laut aktueller market-Studie zur Bierkultur in Österreich auf Platz 3 der beliebtesten Biersorten gelandet, aber in Wahrheit hat Schwechat damit doch eine weitere, fast regionale Bierspezialität im Programm, oder?**

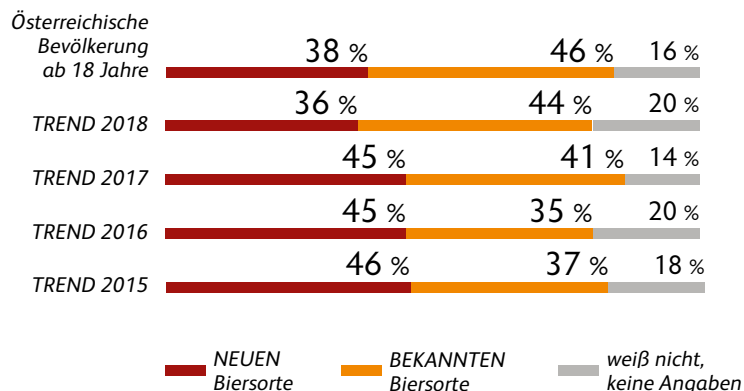
„Richtig. Es gibt ja nach wie vor ein Ost-West-Gefälle.

Während von Oberösterreich westwärts das hefe-trübe Weizen vorherrscht, ist im Osten das Zwickl populärer. Das hat sich aber mittlerweile schon auch durchmischt. Und was man dazusagen muss: Bei uns in Schwechat hat das Zwickl eine eigene Rezeptur. Es gibt viele Brauereien, die das einfach als Vorstufe zum Märzen oder zum filtrierten Lager sehen. Bei uns ist das anders: Das klassische Schwechater Bier ist anders gehopft, hat eine andere Stammwürze und, und, und.

Ich sage ja immer mit Schwechat ist es ein bisserl zwie-gespalten. Einerseits sind wir österreichweit mit der roten Schwechater Bierdose sehr erfolgreich. Andererseits sind wir eine Regionalbrauerei mit Spezialitäten, wie dem Zwickl und dem Wiener Lager und einer Geschichte und Tradition, die andere gerne hätten.“

»»»»

„Im Entscheidungsfall greife ich zu einer ...“





»Ein perfekt gezapftes Bier sollte eine gewisse Schaumkrone haben. Darum geht der Konsument ja auch ins Gasthaus – wo Bierpflege und -präsentation noch eine Rolle spielen.«



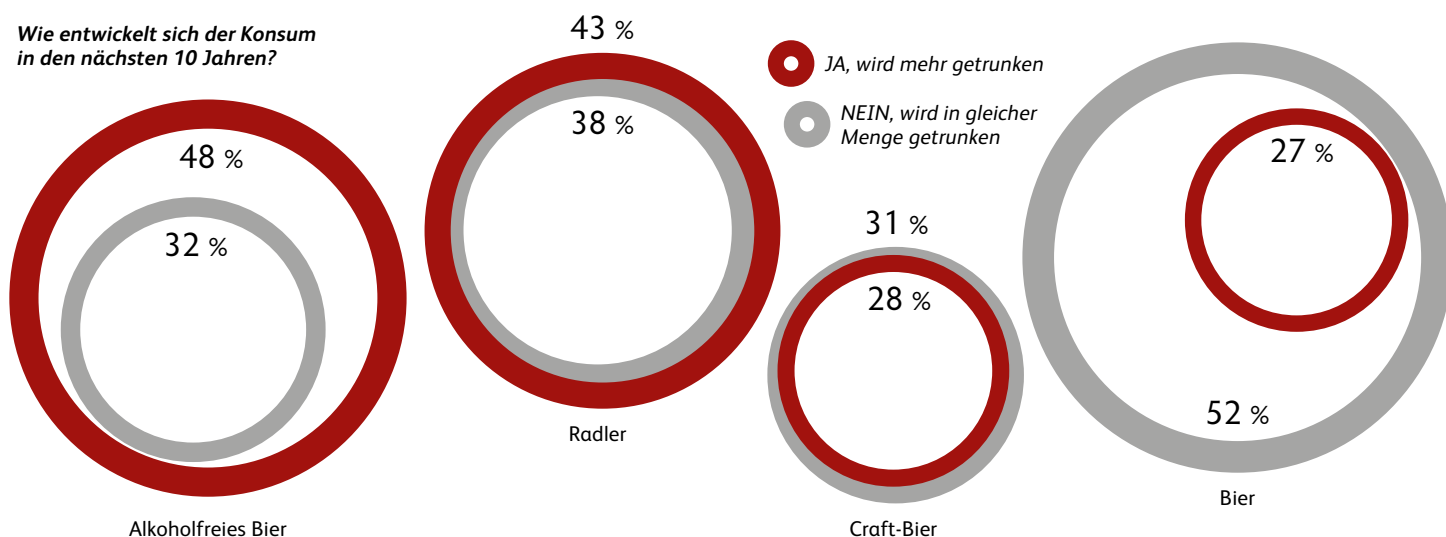
© Peter Rauchecker

*Ich möchte noch auf ein weiteres Ergebnis der Studie zu sprechen kommen: Bei den qualitativen Interviews, die erstmals durchgeführt wurden, hat sich gezeigt, dass den Bierliebhabern in Österreich der Schaum eines Bieres ungemein wichtig ist. Überrascht Sie das als Braumeister?*

„Im deutschsprachigen Raum hat der Schaum einfach den Nimbus als Qualitätskriterium. Es gibt ja auch Analysemethoden um Schaumhaltbarkeit und Zerfallsrate zu messen, aber am Ende des Tages ist einfach nichts schöner als so eine kompakte, fast schlagobersartige Haube, die auf dem Bier sitzt; wenn einem

schon das Wasser im Mund zusammenläuft und man sich auf dieses perfekt gezapfte Bier freut. Was auch schön ist, wenn man durch die Schaumreste am Glas quasi die Schluckringe sieht. Wieviel von dem Schaum am Glas hängen bleibt, nennt man ja den Cling-Faktor. Ein perfekt gezapftes Bier sollte also eine gewisse Schaumkrone haben. Wir wissen, dass sich das der Konsument erwartet. Immerhin geht er darum ja auch ins Gasthaus – wo die Bierpflege und -präsentation noch eine Rolle spielen.“

Wie entwickelt sich der Konsum in den nächsten 10 Jahren?



**Was ist das Lieblingsbier des Braumeisters Andreas Urban?  
Eines aus dem eigenen Haus?**

„Das ist abhängig von der Tageszeit, von meiner Befindlichkeit und davon, was es dazu zum Essen gibt. Mein Spitzname Mr. Hophead deutet schon an, dass ich sehr gerne hopfenaromatische Biere trinke. Ob das jetzt ein Pils nach deutschem Stil oder ein amerikanisches IPA ist, hängt von der Situation ab. Was mir auch schmeckt ist ein Dark IPA, wo neben den röstigen und schokoladigen Noten von Spezialmalzen durch Hopfenstopfen nochmal volles Aroma hineingebracht wird und natürlich das Wiener Lager mit seiner leichten Malznote – ohne zu süß zu schmecken –, wo dann im Nachtrunk der Saazer Hopfen durchkommt. Die kräftig gehopften Biere mag ich zu Wok-Gemüse und eher scharfen Speisen, weil die Hopfung die Zunge wieder freimacht.“

Zum Nachtisch schätze ich ein Schwarzbier oder ein Stout, wo dann Kaffeenoten mit einer Röstbittere dabei sind und dafür der Hopfen etwas zurückgenommen ist. Auch so wuchtige Biere wie Doppelböcke, die in einem Fass gereift sind, das eine Vorbelegung hatte – egal ob das jetzt ein Whiskey- oder ein Traminerfass ist – können mit einem Dessert perfekt harmonieren. Es gibt viele geniale Biere – mit denen kann man zwar nicht immer einen Abend verbringen, aber für einen krönenden Abschluss sind sie unverzichtbar.“

*Vielen Dank für das Gespräch!*

“

Hinsichtlich **Trends in der Bierbranche** gibt man sich zurückhaltend. Nur jeweils ein Fünftel bis max. ein Viertel bekundet Interesse an Überlegungen wie neue Bierlokale (24 %), Bierreisen (21 %) und -verkostungen (22 %), neue Biersorten (21 %) oder auch Museen (19 %) und Veranstaltungen rund ums Bier (20 %). Die Präferenzen sind jedoch klar vom Alter abhängig, Jüngere zeigen insbesondere was neue Biersorten (28 %) und Veranstaltungen (27 %) anbelangt mehr Affinität, 30- bis 39-jährige zeigen Interesse an Bierlokalen (30 %) und 40- bis 49-jährige können sich für private Verkostungen erwärmen (30 %).“

market-Studie zur Bierkultur  
in Österreich 2019

**HABEN TRENDS WIE VEGANES ODER  
KALORIENREDUZIERTES BIER ZUKUNFT?**

So bewerten unsere Bierkenner Trends: Sie sehen zwar Modeerscheinungen, die in bestimmten Segmenten für bestimmte Zeiten wichtig sind, aber unter dem Strich steht man zu den klassischen Produkten. Damit bestätigen sie auch die Ergebnisse der quantitativen Umfrage.

*„Kalorienarmes oder leichtes Bier sicher, aber viele andere werden sich nicht durchsetzen. Traditionelles Bier bleibt, aber leichtes und alkoholfreies Bier sind auch immer ein Thema.“*

Sascha A., Salzburg

*„Also ein paar Sorten würde ich schon aus Neugier kaufen und probieren. Es sind einzelne Sorten, die sich vielleicht durchsetzen, aber das ist nicht die Zukunft.“*

Roswitha H., Oberösterreich

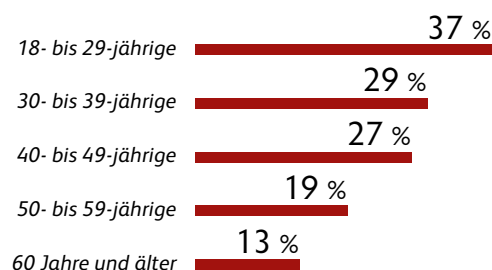
*„Ich glaube am ehesten, dass das ein paar Frauen anspricht. Männer eher weniger. Aber wenn das jetzt wer gut vermarktet und es auch angenehm schmeckt, denke ich, dass es den einen oder anderen Nischenplatz einnehmen kann.“*

Ulrich P., Steiermark

*„Der Bereich biologischer Biersorten wird wahrscheinlich noch sehr wachsen, ich mag da Aktivitäten wie z. B. Bioweizen. Leichtbier oder auch Alkoholfreies mit gutem, vollem Geschmack wäre noch wichtig.“*

Dietmar W., Kärnten

Zufrieden mit dem bestehenden Angebot sind Ältere; Jüngere wünschen sich mehr Abwechslung. Neue Bier- und Radlersorten sind wichtig für ...





# Die Krone der Schöpfung

*„Die Farbe, dann das Geräusch beim Aufmachen und Einschenken. Das ist bei Bier einzigartig, das kenne ich von keinem anderen Getränk in dieser Form. Und der Schaum ist auch enorm wichtig“, bekräftigt der 57-jährige Dietmar W. aus Kärnten beim qualitativen Interview für die Studie zur Bierkultur in Österreich 2019. Damit war er nicht allein.*

Es wurde nicht danach gefragt, doch die perfekt gezapfte Schaumkrone spielte in der Vorstellung eines guten kühlen Bieres an einem lauen Sommerabend in geselliger Runde unter den Genießern, die an der Befragung teilnahmen, eine wesentliche Rolle. Als Element einer schönen Präsentation, als Appetitanreger genauso wie als Qualitätsmerkmal erfüllt Schaum sogar, anders als die ebenso wichtige Farbe, gleich mehrere Funktionen. Tatsächlich scheint die „Blume“ allerdings nur in Österreich und den anderen deutschsprachigen Ländern diesen herausragenden Status zu haben. In den Benelux-Ländern etwa ist sogar eine eigene Spatel erhältlich, um das unerwünschte Nebenprodukt vom Glas zu wischen.

## GUT BESTELLT

Für uns unvorstellbar, natürlich. Und wirklich verrät der Schaum den Österreichern einiges über den Zustand ihres Bieres und nicht nur, ob sich der Wirt hinter der Schank auch Mühe beim Zapfen gegeben hat. Dazu muss man wissen, wie der Schaum in unserem Bier eigentlich zustande kommt. Es braucht im Wesentlichen Kohlensäure und das Malzeiweiß, wobei auch der Hopfen und Hopfenrückstände für die Schaumbildung eine Rolle spielen. Wichtig ist aber, dass beim Zapfen oder beim Öffnen einer Flasche der Druck im Bier auf Luftdruck sinkt und das darin gelöste Gas aufperlt, um mit den Inhaltstoffen den Schaum bilden zu können. Fehlt die Krone oder ist sie nicht ausreichend, kann das ein Hinweis dafür sein, dass das Bier schal war (oder schal wurde, weil man es nach dem Zapfen zu lange stehen gelassen hat). Es kann aber auch darauf schließen lassen, dass das Glas nicht gereinigt wurde: Reinigungsmittel genauso wie Fettrückstände, die in der Spülmaschine

schnell einmal vom Besteck oder vom Geschirr im Glas landen, sind Schaumkiller, wie Andreas Urban, Braumeister in Schwechat, erklärt: „Wenn der Schaum im Nu im Bier drinnen liegt, wie bei einem Apfelsaft, dann weiß man jedenfalls, dass es um das Bier nicht gut bestellt ist.“

## GUTER JAHRGANG

Bierschaum kommt mit unterschiedlichster Perlage und Farbe vor, je nach Farbvariante,



*„Es muss kühl sein, die richtige Temperatur haben und ich trinke auch mit den Augen. Also ich mag ein schönes Glas, wenn richtig eingeschenkt ist und der Schaum gut drauf ist.“*

Roswitha H.,  
Oberösterreich

Art und Menge des verwendeten Malzes. Nachdem der Schaum über das Protein von Gersten- oder Weizenmalz bestimmt wird, gibt es aber natürlich witterungsbedingte „Jahrgänge“. Der Eiweißgehalt fällt – abhängig von der Trockenheit in der Vegetationsperiode – einmal höher, einmal geringer aus. Die Braumeister arbeiten aber auf gleichbleibende Qualität hin, so Urban: „Dann muss man beim Maischen schauen, dass das mittelmolekulare Eiweiß nicht zu stark Aminosäuren abbaut, weil man sonst eben eine schlechte Schaumbildung hat.“ So kann Schaum auch über die Qualitätssicherung beim Brauen Aufschluss geben. Doch die Schaumkrone erfüllt nicht zuletzt auch ganz praktische Zwecke. Sie verhindert etwa, dass die Kohlensäure zu schnell aus dem Glas entweicht und das Bier so seine Frische verliert, aber auch, dass flüchtige Aromen zu rasch entweichen.

## GLASKULTUR

Deshalb werden Biergläser so gestaltet, dass sie nicht nur Geschmack und Aroma eines Bieres zur Geltung bringen. Oft sollen sie auch etwa mit dem gewölbten Rand die Krone stabilisieren oder sogar bei der Schaumbildung helfen. Indem etwa, ähnlich wie beim Moussierpunkt eines Champagnerglases, der Boden des Glases aufgeraut wird, entwickeln sich Kohlensäurebläschen eher dort anstatt an der Oberfläche des Getränks. Dann nämlich würde die Schaumkrone schneller zersetzt, das Bier schneller schal und die Aromen würden sich auf dem Rücken der Bläschen ungehindert davonmachen. So ist die Schaumkrone eines perfekt gezapften Bieres im richtigen Glas genau das, was die Crema für den Espresso ist, ein Indiz für die Qualität der Rohstoffe, ihrer Verarbeitung und ihrer Zubereitung.

Perfekt  
gezapftes  
Bier ist den  
Österreichern ...

... weniger oder  
gar nicht wichtig

**14 %**

... sehr  
wichtig

**48 %**

... wichtig

**30 %**

*„Frisch gezapft schmeckt  
am besten. Weil man  
kriegt eine Schaumkrone  
dazu und das wird ganz  
anders präsentiert. Das  
Auge trinkt ja auch mit.“*

Sascha A., Salzburg

*„Die goldene Farbe,  
der Schaum! Ich denke  
an ein gemütliches  
Beisammensitzen und  
an Entspannung.“*

Jörg M., Tirol



Die Crema eines Espresso lässt durch Menge, Farbe und Dichte Rückschlüsse auf die Zubereitung, die Frische der Röstung und den verwendeten Kaffee zu:

**Zu wenig Crema →**

zu heiß gebrüht / zu fein gemahlen /  
Kaffee zu alt / zu wenig Kaffeepulver

**Crema zu dunkel oder rissig →**

zu fein gemahlen / zu stark geröstet /  
zu viel Kaffeepulver / zu heiß gebrüht

**Crema sandfarben →**

Bohnen zu alt / zu grob gemahlen /  
zu schnell oder zu kalt gebrüht

**Crema nicht stabil →**

Tasse kalt oder zu heiß / Wasserdruck zu niedrig

**Crema mit groben Bläschen →**

künstlich erzeugt



# Bier mischt die Barkultur auf

Biermischgetränke liegen im Trend; und damit sind nicht die bereits langetablierten Longdrinks der Bierkultur gemeint. Zwar sind Radler & Co. seit Jahren natürlich äußerst beliebt, doch es sind die von hingebungsvollen Barkeepern ausgeklügelten Biercocktails, die überraschend raffinierte Geschmackserlebnisse bereiten.

In Österreich genießt der Radler laut Brauereiverband einen Ausnahme-status: Die Biertrinkerinnen und Biertrinker im Land der Berge haben ihn laut aktueller „Trendmessung zur Wahrnehmung von Bier in Österreich“ zur zweitbeliebtesten Biersorte erkoren. Frauen greifen sogar lieber zu ihm als zu dem unumgänglichen Märzenbier. Aber etwa auch in Deutschland erleben Radler, Berliner Weiße oder Alsterwasser einen Höhenflug: Um 10,4 % ist ihr Absatz dort im vergangenen Jahr gestiegen (während der Bierabsatz nur um 0,5 % zulegen konnte, so der „Deutsche Brauer-Bund“). Die alkoholfreien Varianten, die das deutsche Statistische Bundesamt in eine andere Aufstellung einfließen lässt, sind da noch

nicht einmal berücksichtigt. Trotzdem ist das keine ganz neue Entwicklung. Der deutlich jüngere Trend, der noch dazu geeignet ist, der heimischen Bier- wie auch Barkultur völlig neue und individuelle Impulse zu geben, heißt aber Biercocktails.

## NEUER TREND, ALTE IDEE

Das klingt erstmal gewöhnungsbedürftig, konnte aber bisher geschmacklich noch fast jeden Skeptiker überzeugen, der sich darauf eingelassen hat. Doch tatsächlich sind diese deutlich ausgefeilteren Biermischgetränke gar keine neue Erfindung der jüngsten Barkeeper-Generation, die auf der Suche nach so genussvollen wie ungewöhnlichen Rezepten nun eben zum flüssigen Gold greifen. Der „Black Velvet“ etwa feiert in kaum zwei Jahren seinen 150. Geburtstag und wird damit schon länger als die meisten anderen namhaften Vertreter einer klassischen Cocktaillkarte genossen. Dieser Drink aus dunklem Stout, mit Champagner aufgefüllt, lässt sich nämlich auf das Todesjahr von Prinz Albert, Gemahl der britischen Königin Victoria, – und ganz genau – in den Londoner Bocker's Club zurückverfolgen. Dort wurde er zu Ehren des Verstorbenen erfunden.

## GEWISSENHAFTES HANDWERK, QUALITÄTSVOLLE ZUTATEN

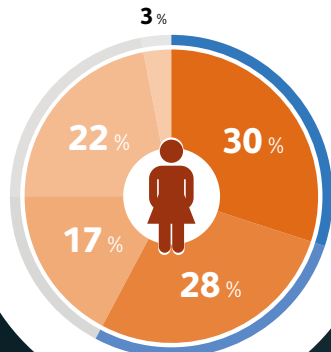
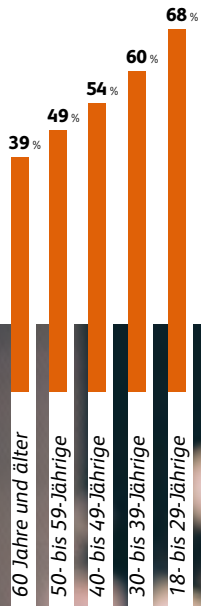
Trotzdem hat die (Wieder-)Entdeckung von Bier als Cocktailzutat etwas mit der Renaissance der Barkultur zu tun, die wir in den letzten ein, zwei Jahrzehnten weltweit, aber ganz besonders und sogar noch etwas früher in Österreich erlebten. Vor genau 30 Jahren eröffnete Mario Castillo den legendären Barfly's Club und läutete das sogenannte „Wiener Barwunder“ ein, als Anzahl und Qualität der Cocktailbars klassischen Zuschnitts in der österreichischen Hauptstadt plötzlich locker mit jeder Metropole der Welt mithalten konnten. Denn, wenn etwas das Wiederaufleben der klassischen Barkultur definiert, dann das Gewicht, welches die Mixologen (wie diese Barkeeper genannt werden) auf gewissenhaftes Handwerk, Kreativität und insbesondere authentische, qualitätsvolle Zutaten legen. Sicherlich sind auch aufregende, neue Geschmackserlebnisse das Ziel, aber der neuen Barkultur geht es vor allem um bessere bzw. ausgewogenere Rezepturen. Da war es nur eine Frage der Zeit, bis man auf das Bier stieß.

## WISSEN, WAS MAN TUT

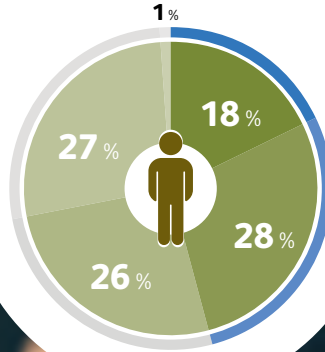
Gleichzeitig liegt darin auch der Grund, warum Bier vergleichsweise spät sein Debüt als Filler bzw. Mixer für komplexere Cocktails feiert. Denn ein Filler verlängert den Drink und rundet den Geschmack ab, ohne die Grundrichtung zu übertünchen; wie etwa das Tonic beim Gin, oder umgekehrt die Limonade beim Radler. Und Bier ist als Filler kein einfaches Getränk, wenn man damit harmonische Kreationen schaffen möchte. Man muss schon recht genau wissen, was man tut, will man sich nicht auf sein Glück verlassen. Mit seinen an sich ausgewogenen, aber vielfältigen Aromen, seinen dominanten Malz- oder Hopfennoten kann Bier ganz schnell Basis oder Aromageber eines Cocktails übertrumpfen. Der große Variantenreichtum der Biersorten macht die Sache nicht weniger kompliziert. Aber wir leben ganz offenbar im neuen goldenen und hochentwickelten Zeitalter der Barkultur, die so viele überraschende Zutaten zu einem harmonischen und vor allem schmackhaften Ganzen verbinden kann.

Gern oder sehr gern trinken Radler & Co. vor allem die Jüngeren

Biermischgetränke wie Radler sind seit Jahren für rund die Hälfte (52 %) der biertrinkenden österreichischen Bevölkerung ein Thema. Insbesondere für Frauen



sehr gern  
eher gern  
eher weniger  
gar nicht  
weiß nicht



sehr gern  
eher gern  
eher weniger  
gar nicht  
weiß nicht

## Gerührt, nicht geschüttelt

Bier-Filler, die für bestimmte Cocktails empfohlen werden, gibt es (noch) nicht. Wer sich zu Hause trotzdem einen Biercocktail mixen möchte, kann das, eigens für den Bierkulturbericht geschaffene, Bier-Negroni-Rezept auf Seite 53 ausprobieren – oder sollte zumindest diese Grundregeln beachten:

- Welches Bier benutzt man? Grundsätzlich sind Harmonie (auch optisch: Helles zu Hellem) und geschmackliche Balance gefragt.
- Wie beim Foodpairing gilt es, den dominanten Charakter beim jeweiligen Bier zu finden und mit der Basis bzw. dem Hochprozentigen sowie den anderen Zutaten bzw. den Aromagebern abzugleichen (z. B. ein fruchtiges Weizen zu Fruchtigem; ein Stout mit intensiven Röstnoten zu Süßem).
- Ein Märzen oder Lager ist relativ neutral und eignet sich gut für erste, einfache Mischungen. Die Klassiker der Biermischgetränke, wie eben der Radler in Österreich, zeugen davon.
- Schütteln ist bei einem kohlenensäurehaltigen Bier nicht die allerbeste Idee. Falls Rühren allein nicht reicht – die Basis erst danach mit Bier auffüllen.
- Vorsicht bei cremigen Likören. Die flocken – gemischt mit Bier – oft aus. Kein Hingucker und besonders bei Cocktails trinkt das Auge mit.

Die Barkultur feiert seit einiger Zeit eine Renaissance. Jetzt hält auch Bier dort Einzug.



# »MAN BRAUCHT DEN GAST, DER DAS WERTSCHÄTZT.«

Francesco Camello erklärt im Interview, was es mit der Renaissance der Barkultur insbesondere in der österreichischen Hauptstadt auf sich hat. Ausgebildet in einem Sternerrestaurant in Kitzbühel, landete der gebürtige Bayer nach Stationen als Barkeeper in Dublin und London im Catering von Großevents wie der Formel 1, bevor es ihn schließlich nach Wien verschlug. Heute ist der 31-jährige Liquid Director von »Das Loft« im Hotel SO/ Vienna.

*Herr Camello, was hat Sie ursprünglich hinter die Bar gezogen? Warum wird man Barkeeper?*

„Ich habe meine Ausbildung in einem Sternerrestaurant in Kitzbühel gemacht und wollte ursprünglich auch im Gourmetrestaurant arbeiten. Doch mit 19 bin ich das erste Mal hinter die Bar gekommen, und das hat mir wahnsinnig gut gefallen. Ich habe mich richtiggehend verwirklicht gefühlt und eigentlich hat sich da mein Leben verändert. Das hat mir auch die Motivation gegeben, Weiterbildungen zu machen, Barista- und Barkeeper-Kurse zu besuchen, zu Events zu gehen und mich überhaupt stark damit zu beschäftigen. Man hat hinter der Bar zum einen ein ganz anderes Gästeklientel; sehr gemischt und sehr interessant. Und zum anderen hat man mehr Action. Im Restaurant schätzt es der Gast, wenn man sein Wissen über Zutaten oder über Getränke mit ihm teilt. Hinter der Bar hat man das auch, aber es kommt noch so vieles dazu. Man tritt als Gastgeber auf, dann ist da die Musik, man kocht quasi live und nicht versteckt in der Küche. Denn das wirklich besondere ist: Man designt erstmal den Drink im Kopf, mixt ihn, gibt ihn dem Gast und bekommt dann unmittelbares Feedback. Und das gibt es nur ganz selten in einem Job. Aktion und Reaktion sind, was mich und, wie ich glaube, viele Barkeeper an dieser Tätigkeit reizt.“

*„Erstens einmal, wenn ich einen Durst oder einen Gusto auf Bier habe. In einer geselligen Runde, weil es entspannend ist. Wenn ich heimkomme, trinke ich nach dem Stress ein Bier zum Relaxen.“*

Fritz E., Niederösterreich



*Es ist sehr viel von einer Renaissance der Barkultur die Rede in den letzten zehn Jahren, auch und gerade in Wien. Sie waren da live dabei. Wie kam es zu dieser Entwicklung?*

„Es gab ja in Wien schon recht lange Bars wie die Loos-Bar, das Barfly's oder auch das Dino's, die den amerikanischen Stil verfolgt und einen ersten wichtigen Schritt gesetzt haben. Dann ist die Renaissance auch entstanden, weil sich ein ganzer Sektor mit einer eigenen Community gebildet hat: Journalisten, die Interesse an der Barszene zeigen und eigene Magazine, die ausschließlich über die Barkultur berichten. Aber in den letzten zehn Jahren hat sich gerade in Wien die Barkultur nochmal extrem entwickelt, die Stadt hat sich gastronomisch überhaupt sehr zum Positiven entwickelt. Kleine Bars sperren eine nach der anderen auf, man kann jetzt fast jede Woche in eine andere Bar gehen und wird positiv überrascht. Auch im Vergleich zu London, wo ich die Top-Bars sehr gut kenne, gibt es in Wien einige, die hinsichtlich Qualität und Anspruch, durchaus mithalten können. Und das ist das Schöne an Wien: die Vielfalt. Es gibt wahnsinnig viele Barkeeper, die nach Asien oder New York gegangen sind und als sie wieder zurückkamen, dafür gesorgt haben, dass hier immer wieder neue Einflüsse aus anderen Ländern die Kultur beleben. Deshalb arbeiten zum Beispiel nicht alle mit regionalen Zutaten, sondern genau wie bei der Küche gibt es verschiedene Angebote. Viele Bars haben ihre ganz eigene Handschrift und heben sich dadurch voneinander ab. In Wien sollte man sich als Gast wirklich damit beschäftigen, weil es sehr spannend ist. Und für so eine Renaissance braucht man natürlich auch den Gast, der das Ganze wertschätzt. Denn da fließt nicht nur viel Mühe und Liebe rein, sondern auch – finanziell gesehen – ein langer Atem.“

»»»»



Francesco Camello ist nicht nur Liquid Director einer der besten Hotelbars Österreichs, der 31-Jährige hat außerdem den Arbeitsplatz mit der wahrscheinlich besten Aussicht Wiens: „Das Loft“ im SO/ Vienna.

## BIER AN DER BAR, KLAR. ABER WANN UND WO SCHMECKT ES NOCH?

Laut unseren neun Biergenießern und -genießerinnen trinkt man Bier fast immer, wenn man mit lieben Menschen und Freunden zusammen ist; der Geselligkeitsfaktor steht im Vordergrund. Auf einer zweiten Ebene kommt dann das Entspannungsmotiv zum Tragen, aber auch als optimaler Durstlöcher wird Bier oft und gerne eingesetzt. Häufig ist Bier auch eine Belohnung für Geleistetes.

*„Nach der Arbeit meistens. Zur Entspannung, zur Beruhigung, in ruhigen Situationen. Aber auch in der Runde mit Kollegen, beim Beisammensein. Das hat einen geselligen Hintergrund.“* Karl M., Vorarlberg

*„Wenn man auf die Alm raufgeht; dann eine Brettljause und dazu das Weizenbier, das gehört einfach zusammen, das ist Tradition. Auch zu einer guten Jause oder zu einem deftigen Essen.“* Sascha A., Salzburg

*„Wenn man in einer Runde gemütlich beisammen ist und ein paar Seiterl trinkt. Zum Essen als Genussmittel. Manchmal ist es beim Mittagessen zu Deftigem wie Schweinsbraten richtig gut.“* Roswitha H., Oberösterreich

*„Meistens in Gesellschaft oder wenn es was zu bereden gibt mit einem Freund. Als Durstlöcher, nach richtig schwerer Arbeit.“* Ulrich P., Steiermark

*„In einem Lokal oder einem Biergarten. Vielleicht am See nach dem Surfen oder beim Sport, wegen der Elektrolyte. Während oder nach einem Konzert, auch beim Proben am Wochenende. Aber wenn ich Bier trinke, dann meistens in Gesellschaft.“* Marc H., Burgenland





**Selbst sind Sie ja nicht mehr hinter der Bar tätig, sondern arbeiten heute als Liquid Director an der Eventplanung und dem Logistikmanagement hinter der Szene. Sind Vielfalt und Erlebnisfaktor ein Geheimnis des Erfolgs der Barkultur?**

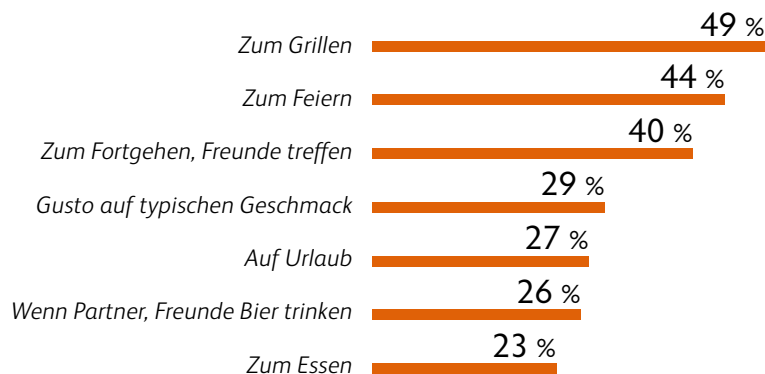
„Definitiv. In einer Cocktailbar mit Tagesgeschäft kann man sich als Barkeeper noch viel mehr auf eine ausgefeilte Mixology konzentrieren, weil die Events und die ganze Rundumplanung wegfallen. Man hat zwar andere Herausforderungen, aber kann halt auch schon um 12 Uhr anfangen, seine Sachen einzukochen und seine Bar so vorzubereiten, wie man das gerne hätte. Im Hotel müssen wir uns dagegen mit administrativen Dingen rumschlagen, aber dafür können wir ein vielseitigeres Gesamtpaket anbieten: also auch einmal ein Event, wo wir Fingerfood servieren oder wo man die Location komplett umbaut und mit individuellen Angeboten dem Gast das liefert, was er sich vorstellt. Man muss viel flexibler sein, aber wir können im Restaurant das Essen dafür auf Sterneniveau servieren und an der Bar natürlich auch auf einem gehobenen Level arbeiten. Dabei könnte sich zum Beispiel „Das Loft“ wahrscheinlich auf dem schönen Ausblick ausruhen, denn die Gäste kämen auch alleine deswegen. Aber es gibt Leute in der Küche und hinter der Bar, die mehr wollen und durch diese innere Unruhe gibt es ständige Kreativität und es entsteht Neues. Den Spielraum, den wir durch diese Aussicht haben, nutzen wir dann vielmehr, um Sachen auszuprobieren und Dinge langsam zu entwickeln.“

**Sie haben uns einen Biercocktail gemixt und dafür den Negroni neu interpretiert. Warum ist Ihre Entscheidung auf diese Cocktail-Ikone gefallen, die eigentlich nicht viel Platz für Kreativität lässt?**

„Den haben wir extra für den Bierkulturbericht kreiert, aber ich habe mir fest vorgenommen, dass wir ihn in die Karte schreiben, denn er schmeckt total gut. Der klassische Negroni ist ein kraftvoller, jedoch sehr ausgewogener Drink. Er ist trocken, süß, aber auch sehr kräuterig. Durch den Bier-Wermut-Schaum bekommt er aber den gewissen Twist, welcher ihn malziger und sogar noch etwas runder macht. Die Bitternoten des Negronis ergänzen sich wunderbar mit einem Märzen, das eine intensive Malzblume, aber nur dezente Bittere und Hopfennoten hat. Auch optisch hat dieser Bier-Negroni mehr zu bieten: Das Aufmischen von Bier und Wermut dient zum einen dazu, die Kohlensäure zu entfernen und den ‚Bierschaum‘ zu erzeugen. Zum anderen vermischt sich der Wermut mit dem Bier einwandfrei und man erhält einen Schaum, der auch noch nach 20 Minuten schön im Glas steht.“

**Vielen Dank für das Gespräch ... und Prost!**

**Wann gehört ein Bier auf den Tisch (oder den Tresen)?**



#### 100 JAHRE NEGRONI

Der Negroni gehört zu den Ikonen der Barkultur, was er seinem großartigen Geschmack, aber auch seiner einfach zu bewerkstellenden Zubereitung verdankt. Er besteht zu gleichen Teilen aus Campari, Gin und Wermut. Wobei der Campari unverhandelbar ist; lediglich bei der Gin-Marke und der Sorte Wermut bleibt Mixologen ein wenig Spielraum für ihr Kunsthandwerk. Der Cocktailklassiker sticht aber auch unter anderen legendenumrankten Drinks hervor, weil seine Entstehungsgeschichte keine Legende, sondern gut belegt ist. 2019 sind genau hundert Jahre vergangen, seit Graf Camillo Negroni im Mailänder Café Casoni nach etwas Lebhafterem anstelle des üblichen Sodawassers im Americano verlangte. Der Barkeeper Scarselli servierte den Drink also mit Gin aufgerüstet, tarnte ihn mit einer Orangenschale und der Rest ist Cocktailgeschichte.



## Reicht für einen Genießer, der seine Begleitung höchstens kosten lässt

So viel Zeit muss sein: ca. 5 min

Schwierigkeit: einfach

# Bier-Negroni

**Barkultur trifft Bierkultur – der Jubilar unter den Cocktail-Klassikern wandert die Alpen hoch.**

- 1 Teil (3cl) Gin
- 1 Teil (bzw. etwas mehr: 3,5cl) roter Wermut (*traditionell: Antica Formular*)
- 1 Teil (3cl) Campari (*ohne Alternative*)
- 5 cl Märzen-Bier (*ideal: intensive Malzblume; dezente Bittere und Hopfennote*)
- ausreichend Eiswürfel
- Auf die klassische Orangenscheibe als Garnitur kann gerne verzichtet werden.
- Zutaten genau abmessen, da der Negroni schnell zu bitter werden kann.



- 1 Ein vorgekühltes Glas gut mit Eiswürfeln füllen.
- 2 Noch mehr Eis in einen großen Tumbler oder ein anderes Glasgefäß mit stabilem Boden geben.
- 3 Gin, Campari und 2 cl Antica Formular nach und nach in den Tumbler geben.
- 4 Die Zutaten kalt rühren.
- 5 Die Mixtur in das Glas mit Eis abseihen. Die Eiswürfel im Tumbler bleiben zurück.
- 6 Das Bier mit 1,5 cl Antica Formular ganz kurz (5 Sek.) mit einem Stabmixer aufmixen. Notfalls tun es ein Löffel und ein Becher.
- 7 Min. 4 cl des Bier-Wermut-Gemischs mit ausreichend Schaum vorsichtig auf den Drink geben.
- 8 Gerne nach Geschmack noch etwas nachjustieren und den individuell richtigen Mix finden.



# Kleine AROMAtherapie

*Weit über 2.000 Aromen sind in Bier enthalten,  
was es zum idealen Foodpairing-Getränk macht. Damit steckt  
es Wein und Spirituosen mit Leichtigkeit in die Tasche.*



Doch werden wir viele dieser Aromen nie wahrnehmen können.

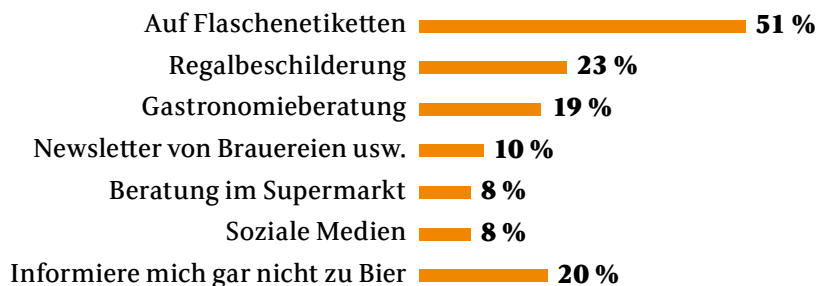
Das gilt selbst für Biersommeliers, die ihren Gaumen und insbesondere ihren Geruchssinn trainieren. Mit den Rezeptoren im Mund kann nämlich nur eine begrenzte Menge an Geschmäckern bestimmt werden. Ungleich wichtiger sind da der Geruch und ob wir überhaupt zuordnen können, was sich im Glas alles riechen und schmecken lässt. Bei unerwarteten Aromen plagt sich das Gehirn mit der Identifizierung und so ignoriert es auch vieles. Es hilft, sich mit dem Reichtum an überraschenden Bieraromen vertraut zu machen, damit dieser die Nase nicht auf dem falschen Fuß erwischt.

---

## INFORMATIONEN ZU THEMEN

**wie Nährwert, Inhaltsstoffen, Herkunft  
der Rohstoffe usw. von Bier wünschen sich die  
Befragten auf folgenden Kanälen (in Prozent).**

**Die Bedeutung von Etiketten steigt:**





Mit mehr als 250 Hopfensorten lassen sich nicht nur die Bittere einstellen, sondern etwa in einem **IPA** auch Aromen von tropischen Früchten wie Mango, Ananas oder Grapefruit. Genauso erzielt man in einem **HELLEN LAGERBIER** zum Beispiel kräuterartige Komponenten. Oder man bringt damit florale Aromen ein. Typisch für **OBERGÄRIGE WEIZENBIERE** etwa ist der Nelkenduft.

#### WIE VERKOSTEN?

Aromen nimmt man am besten in einem bauchigen Glas wahr, das sich zur Öffnung hin verjüngt, damit das Bier nicht „ausdampft“.

Das Bier bis zur breitesten Stelle einfüllen. Aromen entfalten sich durch den Kontakt mit Sauerstoff und dort ist die Oberfläche am größten.

Schwenken, um die Kohlensäure zu lösen, die die Aromen aus der Flüssigkeit „trägt“.

Einmal durch die Nase einatmen. Beim zweiten Riechen dann durch den Mund ausatmen. So kommt der Gaumen ins Spiel.



Je nach Verwendung  
und Röstgrad von über  
80 Braumalzen lassen sich  
Kaffee-, Schokolade-,  
Karamell-, Lakritz- oder  
Nussaromen schaffen. Selbst  
Tabak, Erde oder Biskuit  
können so zumindest  
geschmacklich in einem  
**STOUT** landen.

#### GENUSSVOLLE BIERSPRACHE

feine, keine, kurze, schmale, breite,  
lange oder dominante **BITTERE**

viel, rahmiger, schwacher, stabiler, haftender,  
groß- oder feinporiger **SCHAUM**

malziger, karamelliger, gerösteter, nussiger,  
brotähnlicher oder fruchtiger **GESCHMACK**

hopfenblumiger, malziger, blumiger  
oder fruchtiger **GERUCH** nach Kräutern,  
Heu, Limone, Minze oder  
auch Whiskey







### FEHLAROMEN

Es ist selten genug,  
aber nach gekochtem Kohl und  
Dosengemüse (Dimethylsulfid),  
nach Schweiß und  
Käse (Isovaleriansäure) oder  
nach Zahnarzt und  
Krankenhaus (Chlorphenol)  
sollte wirklich  
kein Bier riechen.

Weit mehr als 100 Hefen und  
Mikroorganismen gestatten es, die  
Aromen in alle Himmelsrichtungen zu steuern.

Unter anderem sind in einem **DUNKLEN LAGERBIER**  
Aromen wie Feige, Dattel oder getrocknete Früchte möglich.  
Auch Fruchtaromen wie Birne gelangen so in ein **ZWICKL**;  
und in einem **BELGISCHEN OBERGÄRIGEN BIER** findet  
man deshalb Komponenten eines fein sortierten Gewürzregals.



A photograph of two runners in a forest at sunset. The runners are in motion, with their legs and arms blurred. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and long shadows. The trees are silhouetted against the bright sky.

# Gesunder Durstlöscher

*Dass ein relevanter Anteil von 16 % der Befragten, die grundsätzlich alkoholfreies Bier trinken, dies vor allem nach dem Sport bzw. einer körperlichen Betätigung tun, ist ein etwas überraschendes Ergebnis des Bierkulturberichts 2019. Tatsächlich sind aber statt des Alkohols jede Menge Inhaltsstoffe enthalten, die sich positiv auf einen beanspruchten Körper auswirken können.*

So kann das Maltodextrin den beim Sport geleerten Kohlenhydratspeicher wieder auffüllen und alkoholfreie Biere enthalten zudem Kalium und Magnesium, wodurch sie einen Mineralstoffverlust nach dem Sport schnell ausgleichen können. Anders als in Deutschland gilt allerdings in Österreich selbst ein alkoholfreies, naturtrübes Weizenbier nicht als isotonisch, denn diese Bezeichnung ist geregelt. Demnach müssen in einem Liter eines bestimmten Getränks mindestens 500 mg Kationen und ein bestimmter Gehalt an Mineralstoffen vorkommen. Bei Bier fehlt jedoch einer: Natriumchlorid, also Kochsalz.

## TRINKMOTIV: WASSERHAUSHALT

Geschmacklich ist das ja meist ein Vorteil und es ist nichts, was sich durch eine Brezel zum Bier nicht ausgleichen ließe. Ansonsten schneiden naturtrübe alkoholfreie Weizenbiere selbst im Vergleich zu Elektrolytgetränken ausgezeichnet ab, wie der Welser FH-Professor und Marathonläufer Alexander Jäger gemeinsam mit dem Mannschaftsarzt des britischen olympischen Komitees, Prof. Ron Maughan, bei einer Untersuchung nationaler und internationaler Biere feststellte.

Alkoholfreies hat zudem etwa ein Drittel weniger Kalorien als herkömmliches Bier, vergleichbar mit einem gespritzten Apfelsaft in derselben Menge. Wer Sport treibt, um auf seine Linie zu achten, ist mit einem stillen Mineralwasser vielleicht besser beraten, doch im Gegensatz dazu enthält alkoholfreies Bier etwa Vitamin B. Außerdem betonen Jäger und Maughan, dass Bier – anders als Wasser – ein großer Anreiz ist, den Wasserhaushalt wieder aufzufüllen.

Von den **47 %**, die generell zu alkoholfreiem Bier greifen, tun dies ...

49 % wenn sie Autofahren wollen

42 % wenn sie Lust auf Bier, nicht aber Alkohol haben

18 % als Alternative zu anderen alkoholfreien Getränken

16 % nach dem Sport/körperlicher Betätigung

6 % in der Mittagspause

## EINZIGARTIGES BIER

Dass Bier einzigartige positive Inhaltsstoffe mit sich bringt, bestätigte letztes Jahr auch eine Forschergruppe der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Xanthohumol etwa ist nicht nur für den gelblichen Farbton der Hopfenblüten verantwortlich, sondern hemmt auch eine durch Fehlernährung hervorgerufene Leberverfettung, tötet Leberkrebszellen ab und verhindert die Gewichtszunahme bei Überernährung. Die Alphasäuren des Hopfens, die als Iso-Alpha-säuren den typischen Biergeschmack erzeugen, wiederum beeinflussen Fett- sowie Zuckerstoffwechsel positiv. In Kombination bremsen diese Substanzen Entzündungsprozesse in Leber- und Blutzellen sogar noch effektiver. Doch die einzige Art, wie sie vom Menschen aufgenommen werden, ist eben über Bier. So sei denkbar, dass durch den Konsum von alkoholfreiem Bier oder anderen hopfenhaltigen Getränken eine positive Wirkung zu erzielen sei, meinen die Forscher.

*„Ich greife zu Bier nach dem Sport als Elektrolytlieferant, oder einfach mal am Abend. Auch beim Ausgehen, beim Fortgehen und Feiern.“*

Jörg M., Tirol



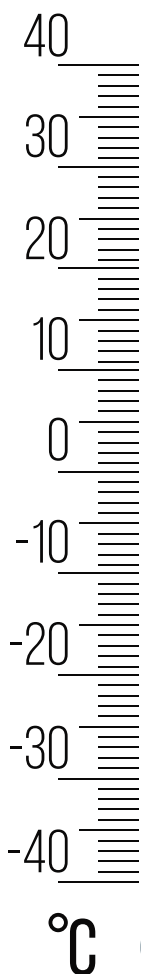


**„Es ist eines der  
gesündesten alko-  
holischen Getränke,  
auch vom Alkoholgehalt  
her. Dann ist es auch  
einfach ein Durstlöcher.“**

Anni F., Wien

Stout 12–13°  
Doppelbock 10–12°  
Bock 10°  
Special 8–9°  
Märzen/Lager 8°  
Pils/Weizen 7–9°  
Schwarzbier 7–8°  
Zwickel 7°  
Leichtbier 6°  
Alkoholfreies 4–6°

**Auch die  
richtige  
Trinktemperatur  
ist Bierkultur.**



**MAN SIEHT ES IHM JA  
NICHT AN: IST ALKOHOL-  
FREIES BIER TATSÄCHLICH  
GESCHMACKSÄRMER?**

*„Würde ich nicht sagen.  
Wenn man es nicht weiß,  
trinkt man ein kühles  
Alkoholfreies genauso wie  
,richtiges' Bier.“*

Marc H., Burgenland

*„Nein, aber es hat eher einen  
höheren Malzzuckergehalt  
und ist dadurch zu  
süß. Fast ein bisschen  
zu geschmacksintensiv  
eigentlich.“*

Karl M., Vorarlberg

*„Ich mach da keine  
Unterschiede, ich mag  
das auch und es ist  
geschmacklich für mich  
total OK. Die Männer  
sind da eher heikel.“*

Roswitha H., Oberösterreich

*„Es ist  
gewöhnungsbedürftig,  
es hat eben einfach einen  
anderen Geschmack.“*

Ulrich P., Steiermark

*„Es hat sicher früher  
alkoholfreie Biere gegeben,  
die nicht so gut waren,  
das ist jetzt besser. Wenn  
es eiskalt serviert wird,  
würde ich jetzt fast keinen  
Unterschied merken. Aber  
man will hier auch einfach  
ein wenig die Wirkung  
haben, wenn man sich mit  
Freunden zusammensetzt.“*

Anni F., Wien





# Mit Zuversicht in die Zukunft

Ist Ihr Bierglas halbleer? Oder doch halbvoll? Ganz ähnlich ist der Interpretationsspielraum beim alkoholfreien Bier. Für manche ist es Bier, dem etwas fehlt. Mehr und mehr Menschen jedoch sehen in der alkoholfreien Variante ein Getränk, das Vieles möglich macht.

Autofahren und ein Bier genießen etwa, Sport treiben und ein Bier genießen, das entweder gar keinen oder zumindest weniger Alkohol enthält als eine reife Banane. Und dann gibt es noch jene, die gar keinen anderen Grund mehr brauchen, um sich ein kühles Alkoholfreies schmecken zu lassen, außer jenem: ein Bier genießen zu wollen.

## EIGENSTÄNDIGE BIERSPESIALITÄT

Es ist schließlich nicht der Alkohol, der Bier zum Bier macht. Er ist zwar wie Fett und Zucker ein wichtiger Geschmacksträger, doch die Braukunst hat in den letzten Jahren so große technologische Sprünge gemacht wie zuletzt im 19. Jahrhundert. Zum einen entwickeln sich Technologien, die beim Brauen wenig bis gar keine Gärung zulassen, stetig weiter. So kann

der Alkoholgehalt heute durch aufwändige, aber vollkommen natürliche Brauverfahren, die teilweise unterschiedliche Methoden miteinander kombinieren, bei sogar 0,0 % gehalten werden. Zum anderen setzen Braumeister zunehmend Mittel wie zum Beispiel Hopfenstopfen oder neu gezüchtete Hefesorten ein, um die Aromen des alkoholfreien Biers besser zur Geltung zu bringen. So wird es immer mehr zu einer eigenständigen Bierspezialität neben anderen.

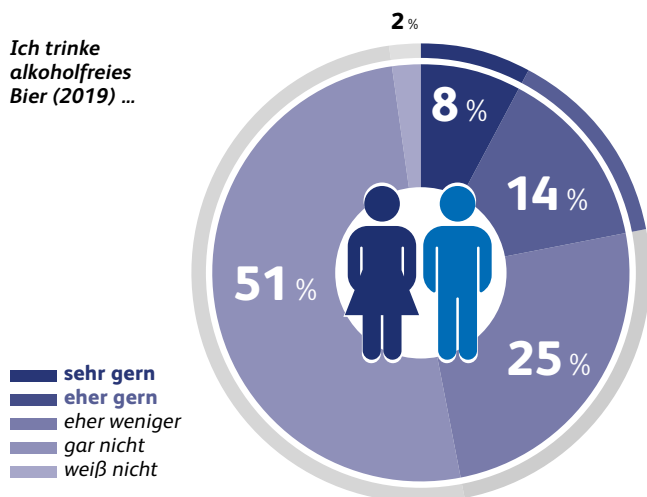
## AUF DEN GESCHMACK GEKOMMEN

Das bestätigt der Bierkulturbericht 2019: Auch wenn der Anteil jener, die alkoholfreies Bier trinken, gleichbleibend bei nur etwas mehr als einem Fünftel der Befragten liegt, so hat sich der Anteil jener die es „sehr gern“ trinken in fünf Jahren verdoppelt. Für 42 % steht außerdem die Lust auf den Biergeschmack im Vordergrund, wenn sie zum Alkoholfreien greifen. Und auch dieser Wert ist seit 2015 enorm gestiegen: Damals waren es gerade einmal 29 %, die den Geschmack des Alkoholfreien schätzen gelernt hatten. Nur sich danach hinter das Steuer setzen zu können, ist ein noch wichtigeres Motiv. Wobei für 48 % der Biertrinker zwischen 18 und 29 Jahren der Gusto auf Bier bereits der wichtigste Grund ist.

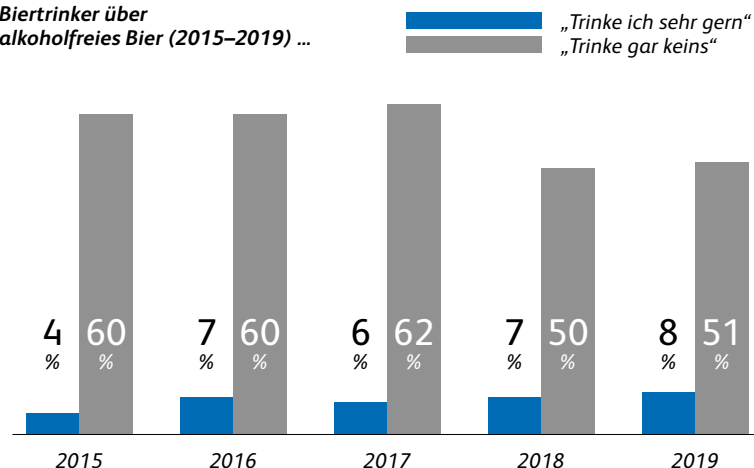
## TREND ZUR NÜCHTERNHEIT

Der Trend wird auch von jenen wahrgenommen, die selbst nicht unbedingt auf Alkohol verzichten wollen. Fast jeder Zweite (48 %) geht 2019 davon aus, dass alkoholfreies Bier in 10 Jahren häufiger als heute getrunken werden wird. Nur 11 % glauben, dass das Gegenteil eintreten wird. Der Trend zur Nüchtern-

Ich trinke alkoholfreies Bier (2019) ...



Biertrinker über alkoholfreies Bier (2015–2019) ...



heit, der einem auf Social Media unter dem Hashtag „sober“ begegnet, ist mittlerweile auch am Markt zu beobachten. Alkoholfreie Spirituosen verzeichnen international enormes Umsatzwachstum, und bei unseren Nachbarn im Norden entfallen mittlerweile bereits über 6 % der gesamten Bierproduktion auf alkoholfreie Spezialitäten. So kommt es, dass es in Europa zwar überdurchschnittlich viele Alkoholkonsumenten gibt, der Pro-Kopf-Verbrauch laut Weltgesundheitsorganisation (WHO) aber seit 2010 um 10 % zurückgegangen ist.

#### ERNÄHRUNGSBEWUSST, ABER VOLLMUNDIG

In Österreich dagegen stagnieren die Zahlen seit 2015 bei knapp 3 %. Trotzdem räumt der Innovationstreiber Brau Union Österreich alkoholfreien Bieren und Erfrischungsgetränken weiterhin die größten Wachstumschancen ein. Mit der markenübergreifenden Initiative „AlkoholFREIZONE“ will das Unternehmen dem Trend als Spezialist für alkoholfreie Biere begegnen: „Da geht es einerseits um verantwortungsvollen Genuss, für den wir seit langem eintreten, aber auch ein ausgewogener Lebensstil, Fitness und Ernährungsbewusstsein haben in der Gesellschaft mittlerweile einen hohen Stellenwert“, erklärt Magne Setnes, Vorstandsvorsitzender der Brau Union Österreich. „Die Konsumenten wollen natürliche Getränke mit weniger Kalorien, die auch nicht so süß schmecken. Da sind alkoholfreie Biere und Erfrischungsgetränke für Erwachsene eine naheliegende Alternative, denn die Bierkomponente gibt ihnen einen vollmundigen Geschmack, sodass weniger Zucker benötigt wird.“

So unterschiedliche Angebote wie Gösser NaturGold Alkoholfrei, Edelweiss Alkoholfrei, Heineken 0.0, Zipfer Hell Alkoholfrei, Schlossgold oder alkoholfreie Erfrischungsgetränke wie Zipfer HOPS 0.0, Gösser NaturRadler 0.0 und Gösser Kracherl treten in der „AlkoholFREIZONE“ einheitlich auf.



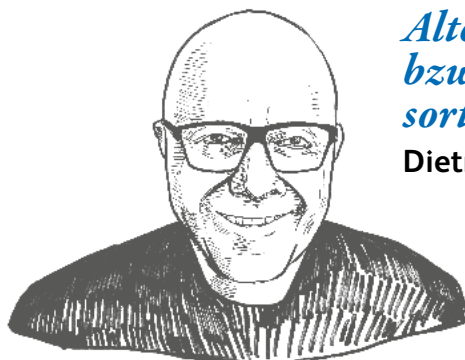
”

Gut **ein Fünftel** – etwas mehr im Segment der leitenden Angestellten – greift aktuell gerne zur alkoholfreien Alternative. Der Anteil jener, die subjektiv mehr alkoholfreies Bier als früher trinken, **geht im Trendvergleich zurück**. In diesem Segment finden sich vor allem die mittleren Alters- als auch die höheren Bildungsschichten wieder. Arbeiter bestätigen hingegen eine **gewisse Distanz** zum Alkoholfreien.“

market-Studie zur Bierkultur  
in Österreich 2019

*„Bier wird leichter werden, es wird Alternativen bzw. viele Mischsorten geben.“*

Dietmar W., Kärnten



**ALKOHOL  
FREI  
ZONE**  
natürlich gebraut!



# KONSUMENT

„Man ist, was man isst“ sagt ein altes Sprichwort. Essgewohnheiten spiegeln Herkunft, Kultur und oft auch bestimmte Werte und Lebenseinstellungen wider. Essen und Trinken sind mehr als bloße Nahrungsaufnahme, vielmehr spielt Ernährung eine wichtige Rolle in unserem Leben. Uns allen wird es zunehmend wichtiger, ausreichend Informationen über Zusammensetzung, Nährwerte, Haltbarkeit, Herkunft und Eigenschaften eines Lebensmittels zu erhalten. Und wir haben auch ein Recht darauf!

Aber gleichzeitig werden wir als Konsumenten immer anspruchsvoller in unseren Erwartungen und Forderungen, wollen beim Einkauf ein immer verfügbares, breites Angebot an Lebensmitteln zur Auswahl haben. Ich möchte Sie einladen, ein wenig nachzudenken, was da so um uns herum passiert und ob wir nicht alle Opfer und Täter zugleich sind! Denn, damit unseren Ansprüchen gemäß die landwirtschaftliche Produktpalette eine vielfältige bleiben kann, ist viel Fingerspitzengefühl gefordert.

# KRITISCH

Der Trend zu immer heißeren Sommern setzt sich fort. Aus der Messgeschichte lässt sich etwa herauslesen, dass zwölf der 20 wärmsten Sommer nach dem Jahr 2000 ins Land gezogen sind. Der alpine Raum hat ein sehr komplexes Ökosystem und seine Fieberkurve wird weiter rasant nach oben gehen. Während im Winter der Temperaturanstieg moderater ausfällt, wird sich die Erwärmung in Österreich vor allem in der warmen Jahreszeit bemerkbar machen. Im Frühjahr haben wir öfter zu wenig Regen, die Sommer werden heißer, trockener und beginnen früher.

Hitzewellen sind prinzipiell ein natürliches Phänomen, aber sie werden durch den Klimawandel häufiger und intensiver. Dafür gibt es zwei Gründe: Erstens ist das Temperaturniveau in den letzten Jahrzehnten gestiegen. Zweitens gibt es Anzeichen dafür, dass Wetterlagen mittlerweile länger anhalten – das bedeutet im Sommer dann längere Hitzewellen. Zusätzlich gibt es selbstverstärkende Effekte: Trocknen bei Hitzewellen etwa die Böden aus, kann das zu einer Verstärkung und Verlängerung der Hitze beitragen, da der kühlende Effekt der Verdunstung zusehends fehlt. Dies wird durch unseren Umgang mit der Ressource Land – im speziellen Ackerland – noch verschärft. Wir müssen begreifen, dass ungezügelter Bodenverbrauch und -versiegelung die größten Sünden der Gegenwart sind. Durch die spürbare Veränderung unseres Klimas werden auch die Produktionsbedingungen in der Landwirtschaft immer schwieriger. Unsere Landwirte sind direkte Opfer der Klimaveränderung und spüren tagtäglich die Auswirkungen

sich verändernder Witterungsbedingungen – leider nicht nur im positiven Sinn. Wenn unsere Landwirte ins Schleudern kommen, betrifft es in letzter Konsequenz auch uns, die Konsumenten. Wir sind – je größer das Unternehmen –, umso kritischer in der Beobachtung. Landwirte, Industrie und Handel werden durch Gesetze, Vorschriften und Regulative immer mehr in eine Art Zwangsjacke gepresst, um Produktionsprozesse transparent und nachvollziehbar zu gestalten! Dabei verwirren die mehr als 100 verschiedenen Qualitätssiegel letztlich auch uns Konsumenten.

# ANSPRUCHSVOLL

In Sachen Herkunft der Rohstoffe ist Transparenz allerdings ein Muss. Daher ist es Gebot der Stunde, auch dem beliebten Gerstensaft der Österreicher mit Rohstoffen aus Österreich eine Heimat zu geben. Bier, ein durch und durch natürliches Getränk, kann nur so gut sein, wie die Rohstoffe, die eingesetzt werden. Wasser von bester Qualität, feinsten Hopfen und qualitativ beste Braugerste. Und genau das ist eine Hürde für Landwirte und Saatgutzüchter, denn in Österreich wird mittlerweile zu wenig Sommerbraugerste angebaut, um den gesamten heimischen Biermarkt zu versorgen. Aus diesem Grund greift man im verstärkten Maße auf heimische Winterbraugerste zurück. Aber die Antwort auf den Klimawandel schreibt gerade „Programm“, um die Landwirtschaft (wieder)zubeleben.

Neben dem vermehrten Anbau von Winterbraugerste gibt es ein Projekt, um den Rückgang der normalerweise im Frühjahr angebauten Sommerbraugerste abzufangen. Im letzten Jahr zeigten Versuche, Sommerbraugerste im Herbst anzubauen, sehr positive Erfolge. Das Ertrags- und Qualitätsrisiko konnte gegenüber einem Frühjahrsanbau deutlich verringert werden. Die im Herbst angebaute Sommerbraugerste ist resistenter gegen die Frühjahrstrockenheit und ertragsstabiler. Qualität ist jedoch nicht immer eine Frage der Herkunft, sondern auch der Verarbeitung. Und da möchte ich die Braumeister ins Spiel bringen, die trotz zunehmend verändernder Bedingungen für Braugerste eine immer breitere Palette an Bieren schaffen – von höchster Qualität.

Ist die zu rasche Veränderung unseres Klimas vielleicht auch eine Chance für Neues? Eines sollte uns allen bewusst sein: Aktiver Klimaschutz heißt, dass durch die Bewirtschaftung unserer Ackerflächen CO<sub>2</sub>-Speicher aufrechterhalten werden und das kann von unseren Landwirten nur betrieben werden, wenn ihre Produkte etwas wert sind – für Regionalität kann auch hier in letzter Konsequenz nur der Konsument sorgen. Wir haben es in der Hand!

Ihre **Christa Kummer**



Christa Kummer – Hydrogeologin,  
Klimatologin und erste öster-  
reichische Bierbotschafterin



# Dem Bier seine Heimat

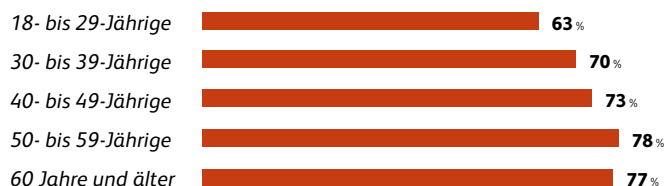
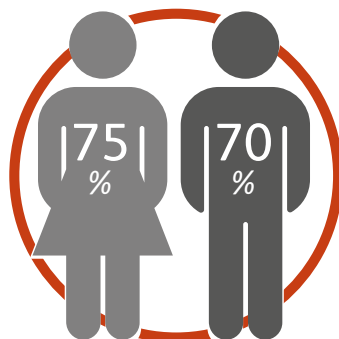
*2019 hat die Anbaufläche für Wintergerste in Österreich erstmals 100.000 ha überschritten. In ihr ruht die Hoffnung, trotz Klimawandels auch in Zukunft österreichisches Bier aus heimischen Rohstoffen herstellen zu können.*

Wird die österreichische Bevölkerung dazu befragt, welche Kriterien sie mit verantwortungsvoller und nachhaltiger Bierherstellung verbindet, so steht an der Spitze der Liste seit Jahren die Verwendung von Rohstoffen aus der Region. Diese Einschätzung hat natürlich mit Erwägungen zu kurzen Transportwegen

Auch 2019 ist das, laut market-Studie zur Bierkultur in Österreich, für **73 %** ein entscheidendes Anliegen. Weitere **16 %** finden, dass regionale Rohstoffe zur Nachhaltigkeit des Brauvorgangs zumindest beitragen. Lediglich **3 %** sehen gar keinen Zusammenhang und nur **8 %** lassen die Frage unbeantwortet.

zu tun und mit einem Grundvertrauen der Österreicher in die verantwortungsvolle und ökologisch nachhaltige, regionale Landwirtschaft selbst. Doch auch der Beitrag der Rohstoffe zum geschmacklichen Charakter österreichischen Biers spielt hier hinein.

Wie sehr trägt aus Ihrer Sicht die Verwendung von regionalen Rohstoffen zu einer verantwortungsvollen, nachhaltigen Bierproduktion bei? Auf jeden Fall sagen:



## EIGENSTÄNDIGE IDENTITÄT

Denn Bier ist vor allem ein natürliches Getränk und lebt von der Qualität der Rohstoffe, aus denen es besteht. Dabei hat sich gerade in Österreich aufgrund der klimatischen Anbaubedingungen im Zusammenspiel mit den reichen, reinen Wasservorkommen über Jahrhunderte eine feine Balance herausgebildet, die in den Augen der Kenner die eigenständige Identität österreichischen Biers bestimmt. So ist Österreich etwa eines der südlichsten Länder, wo noch Sommergerste angebaut wird und das aus dem Getreide gewonnene Malz hat immerhin den überwiegenden Anteil an Farbe, Kraft und Geschmack eines Bieres.

## REKORDE FALLEN

Der Klimawandel jedoch macht der Sommergerste zu schaffen: Zunehmende Hitze und Trockenheit verträgt unsere Braugerste schlecht und 2019 reichte zum bereits dritten Mal in Folge die Ernte nicht, um daraus in ausreichender Qualität den Malzbedarf der österreichischen Brauereien zu decken. Im ablaufenden Jahr haben die Anbauflächen der Sommergerste mit einem Rückgang um 23,4 % auf 35.673 Hektar ein neues Rekordtief erreicht, wie Zahlen der Agrarmarkt Austria (AMA) zeigen. Und auch wenn sich die Hektarerträge, insbesondere im Vergleich zum katastrophalen Vorjahr, 2019 wieder auf ein normales Maß erholt haben, so verschärft die zunehmende Trockenheit der Sommer darüber hinaus die Situation, weil sie den Eiweißgehalt der Gerste erhöht. Und je höher dieser ausfällt, desto geringer die Brauqualität.

## 100 GRAMM GERSTE PRO KRÜGERL

Cirka 180.000 t Braugerste benötigt die gesamte österreichische Brauwirtschaft im Jahr, um daraus Malz herzustellen. 100 g Gerste landen immerhin in einer Halbliterflasche Bier. Bei einem Hektarertrag von 4,6 t (2019) muss man nicht lange rechnen, um zu erkennen, dass sich der heimische Bedarf mit regionaler Sommergerste allein nicht mehr decken lässt. War jedoch bis vor einigen Jahren ausschließlich die im Frühjahr angebaute eiweißarme Sommergerste für die Braumeister interessant, wird zunehmend Wintergerste zur Option.



*In Österreich wird zu wenig Braugerste angebaut, um den heimischen Biermarkt zu versorgen. Das war nicht immer so.*

**SOMMERGERSTE-Anbauflächen:**

**2006** 142.490 ha

**2019** 35.673 ha

*Viele Brauereien setzen verstärkt auf **WINTERGERSTE**, deren Qualität in den vergangenen Jahren noch dazu enorm gesteigert werden konnte. Die Anbaufläche ist entsprechend gewachsen:*

**2006** 63.799 ha

**2019** 101.567 ha

SOMMERGERSTE: (Quelle: AMA – Getreideanbauflächen in Österreich 2005 bis 2017) /// WINTERGERSTE: (Quelle: AMA – Flächenauswertung 2018 & 2019)

## ÜBER WINTER

Diese Variante, die erst im Oktober angebaut wird, hat höhere Hektarerträge, aber in der Regel auch einen geringeren Brauwert. Inzwischen ist aufgrund von neuen Züchtungen allerdings schon fast die Hälfte für die Vermälzung zu verwenden. So wird ein Drittel des heimischen Malzes aus Wintergerste gewonnen, da die Qualität bereits gleichgezogen hat. Irgendwann wird auch noch die Ausbeute mit dem Sommergetreide mithalten können. Gleichzeitig

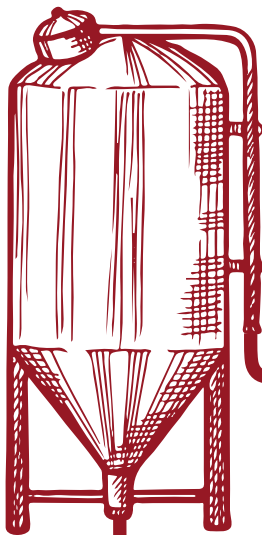
wurden im letzten Jahr Versuche zum Herbst-Anbau von Sommerbraugerste gestartet. Das Ergebnis: Sie war resistenter, ertragsstabiler und hatte ein geringeres Qualitätsrisiko im Vergleich zum Anbau im Frühjahr. Es könnte also sein, dass der Großteil des Braumalzes bald aus Gerste hergestellt wird, die auf die eine oder andere Art überwintert hat. Hauptsache die Herkunft der Rohstoffe aus Österreich zum Stillen des heimischen Bierdursts ist weitgehend gesichert.

„Sofern Qualität und Verfügbarkeit gewährleistet werden, bemühen wir uns, die langjährige Zusammenarbeit mit der heimischen Landwirtschaft zu erhalten und sogar auszubauen“, erklärt Harald Raidl, Supply Chain der Brau Union Österreich. „Wir nehmen den Landwirten auch nicht optimale Braugerste zum vereinbarten Vollpreis ab, damit wir weiter Rohstoffe aus Österreich beziehen können. Wir tun das, um dem Bier seine Heimat zu geben und für einen nachhaltigen Umgang mit der Umwelt.“

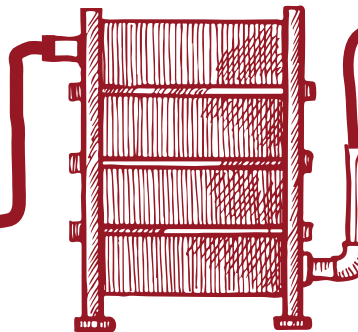


# Biogene Wärme aus Bier

Der aus der Gerste gewonnene Malzzucker wird beim Gärungsprozess durch die Hefe in Alkohol und Kohlensäure umgewandelt. Dabei fallen Nebenprodukte an, die für Geschmack und Aroma des Bieres wesentlich sind. Durch den Prozess wird auch Wärme frei ...



... diese **Abwärme aus dem biologischen Prozess** muss abgeleitet werden, denn die Gärtemperatur von untergäurigem Bier darf gerade einmal zwischen 7 und 12 Grad Celsius liegen.



In Graz etwa hebt sie die KELAG Energie & Wärme GmbH mit Wärmepumpen auf nutzbare Temperaturniveaus, um seit letztem Jahr Heizwärme und Warmwasser zum **Brauquartier Puntigam** leiten zu können.

Stabile Temperaturen bei der Gärung sind wichtig für die Qualität eines Bieres. Anstatt aber Strom für die Kühlung aufzuwenden, kann Wärme abgeleitet werden, um **nachhaltige Energie** zu erzeugen.

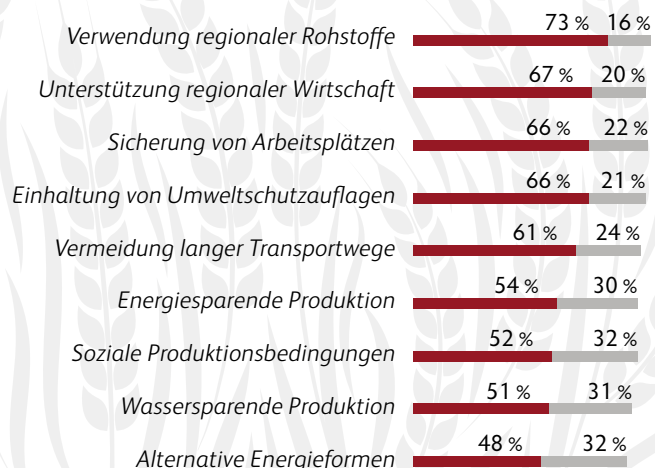
So landet die durch die EVN Wärme GmbH lokal erzeugte Energie in der Wohnung von Birgit Kolar (3. v. l.). Die erste Mieterin auf den **ehemaligen Brauereigründen in Schwechat** wurde aus diesem Anlass im Juni 2019 von Vertretern der EVN, Brau Union Österreich, Stadt Schwechat und Land Niederösterreich ganz traditionell mit Brot und Salz begrüßt.



*„Bier wird eher teurer, aber sonst glaube ich, dass Hopfen und Weizen auch die nächsten 50 Jahre bei uns wachsen. Außer irgendwas passiert mit unserer Umwelt, sodass diese Dinge bei uns nicht mehr so gut anbaubar sind.“* Marc H., Burgenland

Wie sehr tragen die folgenden Punkte zu einer verantwortungsvollen / nachhaltigen Bierproduktion bei?

■ auf jeden Fall  
■ auch noch





## VERKAUFPARTNER UND -LAGER, BIER & MEHR GETRÄNKESHOPS DER BRAU UNION ÖSTERREICH

### Verkaufspartner Wien

**Schwechat:** Marinits Ges.m.bH / Obere Weissgerberstr. 10–12 / 1030 Wien

### Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshops Wien

**Schwechat:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop /  
Mautner-Markhof-Str. 11 / 2320 Schwechat

### Verkaufspartner Niederösterreich & Burgenland

**Eggenburg:** Kurt Lichtenegger GmbH / Wiener Str. 11 / 3730 Eggenburg  
**Grünbach:** Dipl.-Ing. Kamper Hans / Hauptplatz 2 / 2733 Grünbach  
**Inning:** Christian Haberl Getränkehandel e.U. / Industriegebiet 2a / 3384 Inning  
**Parndorf:** Kazianschütz Eduard GmbH / Heidehofweg 20 / 7111 Parndorf  
**Poysdorf:** Getränke Hurter GmbH / Brunnengasse 14 / 2170 Poysdorf  
**Scheibbs:** Dollfuß Getränkehandel GmbH / Saffen 5 / 3270 Scheibbs  
**St. Peter:** Zach Getränkehandel GmbH & Co KG / Marktplatz 19 / 3352 St. Peter  
**Tulbing:** Gratzl Rudolf KG / Kellergasse 1 / 3434 Tulbing  
**Wieselburg:** Wieland Heinrich-Getränkedept / Bahnhofstraße 16 /  
3250 Wieselburg ■ Wieland Heinrich Shop / Dr. Beurle-Str. 1 / 3250 Wieselburg  
**Ziersdorf:** Getränke Ruby Ges.m.bH & Co KG / Horner Str. 92 / 3710 Ziersdorf

### Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshops

#### Niederösterreich & Burgenland

**Kematen/Ybbs:** Verkaufslager / 1. Straße 51 / 3331 Kematen/Ybbs  
**Schrems:** Verkaufslager / Horner Str. 22 / 3943 Schrems  
**Seyring:** Verkaufslager / Fuhrigasse 2 / 2201 Seyring  
**St. Pölten:** Verkaufslager / Porschestra. 27 / 3100 St. Pölten  
**Wr. Neustadt:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop /  
Radegundstraße 16 / 2700 Wr. Neustadt  
**Wieselburg:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop /  
Dr.-Beurle-Str. 1 / 3250 Wieselburg

### Verkaufspartner Steiermark

**Buch:** Interex Handels GmbH / Toberfeld 24 / 8274 Buch/Geiseldorf  
**Eibiswald:** Aufhauser Getränke GmbH & Co. KG / Nr. 177 / 8552 Eibiswald  
**Judenburg:** Dr. Rieser Getränke / Südtiroler Str. 4a / 8750 Judenburg  
**Mürzzuschlag:** Roland Harich Getränkehandel e.U. /  
Graz Str. 59 / 8680 Mürzzuschlag  
**Passail-Fladnitz:** Getränke Greimel / Fladnitz a. d. Teichalm 4 / 8163 Fladnitz  
**Stainach:** Schrottshammer Getränke GmbH / Salzburgerstr. 441 / 8950 Stainach

### Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshops Steiermark

**Birkfeld:** Verkaufslager / Gasenerstr. 1 / 8190 Birkfeld  
**Feldbach:** Verkaufslager / Franz-Josef-Str. 5-11 / 8330 Feldbach  
**Graz:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop /  
Triester Straße 359 / 8055 Graz-Puntigam  
**Leibnitz:** Verkaufslager / Südbahnstr. 1 / 8430 Leibnitz  
**Leoben-Göss:** Verkaufslager / Brauhausgasse 1 / 8700 Leoben-Göss  
**Mürzzuschlag:** Verkaufslager / Alleegasse 3 / 8680 Mürzzuschlag  
**Oberwart:** Verkaufslager / Dieselgasse 3 / 7400 Oberwart  
**Schlading:** Verkaufslager / Hammerfeldweg 163 / 8970 Schlading  
**Zeltweg:** Verkaufslager / Hauptstr. 242 / 8740 Zeltweg

### Verkaufspartner Kärnten

**Hermagor:** Getränke Stöffler GmbH / Oberfellach 90 / 9620 Hermagor

### Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshops Kärnten

**Klagenfurt:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop /  
Schleppe-Platz 3 / 9020 Klagenfurt  
**Villach:** Verkaufslager / Brauhausgasse 7-9 / 9500 Villach  
**Spittal/Drau:** Verkaufslager / Industriestraße 10 / 9800 Spittal/Drau  
**Wolfsberg:** Verkaufslager / Stadthammerstr. 3 / 9400 Wolfsberg

### Verkaufspartner Oberösterreich

**Aigen:** Gruber Getränkehandel GmbH / Marktplatz 2 / 4160 Aigen  
**Bad Zell:** Fröhlich Getränke KG / Huterergasse 10 / 4283 Bad Zell  
**Friedburg:** Getränkevertrieb Feneberg / Burgweg 3 / 5211 Friedburg  
**Mattighofen:** Marios Getränkestore / Unterlochnerstr. 1E / 5230 Mattighofen  
**Pregarten:** Reindl Getränke Vertriebs GmbH / Grünbühl 84 / 4230 Pregarten  
**St. Nikola:** C. Seyr Getränkevertrieb GmbH / Struden 15 / 4381 St. Nikola

### Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshops Oberösterreich

**Linz:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop / Heizhausstraße / 4021 Linz  
**Zipf:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop / Nr. 22 / 4871 Zipf  
**Bad Ischl:** Verkaufslager / Salzburger Str. 50 / 4820 Bad Ischl  
**Wels:** Verkaufslager / Salzburgerstraße 198 / 4600 Wels  
**Steyr:** Verkaufslager / Ennsstr. 29a / 4400 Steyr

### Verkaufspartner Salzburg

**Abtenau:** Schwaighofer Getränkehandel GmbH / Au 149 / 5441 Abtenau  
**Eugendorf:** Getränkevertrieb Gollackner / Kirchbergstr. 2 / 5301 Eugendorf  
**Radstadt:** Radstädter GetränkevertriebsgmbH / Gewerbestr. 10–12 /  
5550 Radstadt  
**Saalbach:** Vinobile Handels GmbH / Glemmtaler Landesstr. 610 / 5753 Saalbach  
**Taxenbach:** Eder Gerhard Getränke / Bahnhofsiedlung 14 / 5660 Taxenbach  
**Thalgau:** Brandstätter Günter Getränke und Transporte /  
Nicolaus-Gaertner-Weg 10 / 5303 Thalgau  
**Unternberg:** Graggaber & Ansperger Ges.m.bH – Lungauer Getränkeservice /  
Gewerbegebiet 46 / 5580 Unternberg  
**Viehhofen:** Getränke Hörll GmbH & Co KG / Glemmerstr. 210 / 5752 Viehhofen  
**Werfen:** Sperl GmbH & Co KG / Trankgasse 11 / 5450 Werfen

### Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshops Salzburg

**Hallein:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop /  
Salzburger Str. 67 / 5400 Hallein  
**Saalfelden:** Verkaufslager / Gewerbepark Harham 11 / 5760 Saalfelden

### Verkaufspartner Tirol

**Ebbs:** Hermann Mayer KG / Waidach 18 / 6341 Ebbs  
**Ehrwald:** Lingzieseder A. KG / Reinhard Spielmann-Str. 2 / 6632 Ehrwald  
**Hall:** Grogger Johann e.U. / Behaimstr. 10 / 6060 Hall  
**Kufstein:** Heine KEG / Gewerbepark Süd 4 / 6330 Kufstein  
**Niederndorf:** Getränkehandel Hausberger / Thomas Erlersstraße 18 /  
6342 Niederndorf  
**Ötz:** Getränke Tollinger / Dorfstr. 38 / 6433 Ötz  
**Ried:** Hafele Wolfgang Getr. Handel GmbH / Gewerbegebiet 276 / 6531 Ried  
**Seefeld:** Getränke Zorzi / Leutascher Str. 686 / 6100 Seefeld  
**See/Paznaun:** Grün Othmar E. U. / Schnatzerau 327 / 6553 See/Paznaun  
**Sölden:** Getränke Fiegl KG / Gletscherstraße 8 / 6450 Sölden  
**Stans:** Thurnbichler GmbH / Schlagturn 30 / 6135 Stans  
**St. Anton:** Getränkegroßhandel Hubert Heiss / Ganderweg 15 / 6580 St. Anton  
**Steinach:** Nagele Handels GmbH & Co KG / Bahnhofstr. 161 / 6150 Steinach  
**Vomp:** V.N. Getränke Ges.m.bH / Fiecht Au 50 / 6134 Vomp  
**Wörgl:** Fuchs Kaspar KG / Boden 22 / 6300 Wörgl

### Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshops Tirol & Vorarlberg

**Kundl:** Verkaufslager / Luna 62 / 6250 Kundl  
**Lienz:** Bier & mehr Getränkeshop / Pustertaler Straße 32-40 / 9900 Lienz  
**Neu-Rum:** Verkaufslager und Bier & mehr Getränkeshop /  
Siemensstr. 12 / 6063 Neu-Rum  
**Rankweil:** Verkaufslager / Bundesstr. 80a / 6830 Rankweil  
**Reutte:** Verkaufslager / Bahnhofstr. 14 / 6600 Reutte



# BRAU UNION ÖSTERREICH: IN GANZ ÖSTERREICH REGIONAL VERANKERT

## BRAUEREIEN DER BRAU UNION ÖSTERREICH

**Brauerei Falkenstein** / Pustertaler Straße 40 / 9900 Lienz

**Brauerei Göss** / Brauhausgasse 1 / 8700 Leoben

**Spezialitäten-Manufaktur Hofbräu Kaltenhausen** / Salzburger Straße 67 / 5400 Hallein

**Kaltenhauser Botschaft Fünfhaus** / Mariahilfer Straße 156–158 / 1115 Wien

**Brauerei Puntigam** / Triester Straße 357–359 / 8055 Graz

**Brauerei Schladming** / Hammerfeldweg 163 / 8970 Schladming

**Brauerei Schwechat** / Mautner-Markhof-Straße 11 / 2320 Schwechat

**Brauerei Wieselburg** / Dr.-Beurle-Straße 1 / 3250 Wieselburg

**Brauerei Zipf** / Zipf Nr. 22 / 4871 Zipf

www.DESPERADOS.com  
www.EDELWEISSBIER.at  
www.GOESSER.at  
www.HEINEKEN.at  
www.JAHRGANGSPILS.at  
www.KAISERBIER.at  
www.KALTENHAUSEN.at  
www.PUNTIGAMER.at  
www.SCHLADMINGERBIER.at  
www.SCHLOSSGOLD.at  
www.SCHWECHATER.at  
www.WIESELBURGER.at  
www.ZIPFER.at

-  BRAUEREIEN DER BRAU UNION ÖSTERREICH AG
-  VERKAUFSLAGER
-  VERKAUFSPARTNER
-  HAUPTSITZ DER BRAU UNION ÖSTERREICH

