

SAMSTAG, 23. APRIL 2011

SONDERAUSGABE TAG DES DEUTSCHEN BIERES

■ Bundesbürger beim Konsum europaweit auf Platz zwei. Demografische Entwicklung und Kostendruck bereiten der Branche Sorgen

CARSTEN DIERIG

An die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland erinnert sich Marc-Oliver Huhnholz gerne zurück. Nicht wegen des dritten Platzes, den die Nationalmannschaft unter Trainer Jürgen Klinsmann damals erreicht hat. Sportlich war vor fünf Jahren wohl noch mehr drin. Die große Freude des Brauer-Bund-Vertreters erklärt sich vielmehr mit dem durch die WM maßgeblich beeinflussten Bierabsatz im Jahr 2006. Denn nach jahrelanger Durststrecke mit teils hohen Minuszahlen konnten Deutschlands Brauereien durch das Großevent im eigenen Land erstmals wieder höhere Bierverkäufe melden. Mit 116 Litern pro Bundesbürger lag der Pro-Kopf-Verbrauch damals sogar fast einen Liter über dem Wert des Vorjahres. Huhnholz gibt sich daher entsprechend zuversichtlich für die Absatzstatistik 2011. Immerhin startet in gut zwei Monaten das nächste WM-Turnier in Deutschland. Diesmal kämpfen die Fußballfrauen um den Titel. Und die heimischen Brauer hoffen dabei auf ein neuerliches Sommermärchen.

Huhnholz jedenfalls berichtet von großem Optimismus und spritzenden Erwartungen in der Branche. „Natürlich erhoffen sich die Brauer etwas von der Frauen-WM im eigenen Land“, sagt der Referent für politische Kontakte beim Brauer-Bund. Das bestätigt auch eine Umfrage der „Welt“. Branchenführer Radeberger etwa sieht großes Potenzial für zusätzliche Bierverkäufe durch das Turnier. „Solche Events machen sich im Absatz bemerkbar“, sagt eine Sprecherin. Zumal man bei Radeberger mit einer erneut großen Fußball-Begeisterung rechnet, vor allem weil das deutsche Team als Mitfavorit ins Rennen geht. „Wenn die Mannschaft gut spielt und weit kommt, kann wie damals bei den Männern große Begeisterung entstehen“, heißt es daher auch bei Konkurrent Veltins. Und das könne die entscheidenden Impulse bringen und den Bierabsatz entsprechend beflügeln.

Vor allem, wenn das Wetter mitspielt. „Für die Brauer hängt der Erfolg in diesem Sommer nicht allein vom WM-Ergebnis der Frauen-Nationalmannschaft ab“, warnt daher Werner Wolf, der Vorsitzende der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe. Auch das Wetter spiele eine entscheidende Rolle. 22-22 lautet dabei die Glücksformel für die gut 1300 deutschen Brauer. „Wenn es abends um 22 Uhr noch 22 Grad warm ist, dann herrscht ideales Bierwetter“, erklärt Albert Christmann, der Vorstandsvorsitzende der Radeberger Gruppe, die ungewöhnliche Zahlenkombination. Tritt dieser Ideal-Zustand ein, zieht es die Deutschen üblicherweise in Scharen in die Biergärten oder mit Kiste bzw. Fässchen an den Grill. Kaum verwunderlich also, dass Christmann wie auch Werner Wolf auf einen langen, warmen Sommer hoffen.

Zumal die Biergarten-Saison im Vorjahr alles andere als optimal verlaufen ist. Zwar meldeten einige Unternehmen im Juni 2010 Rekordzahlen. Bei Krombacher etwa war der Sommermonat der erfolgreichste in der 207-jährigen Firmengeschichte. Abgesehen von diesem kur-



Ein gepflegtes Bier erfrischt im Sommer am besten in einem Biergarten direkt am Wasser – aber auch mitfiebernde Fußball-Fans beim Public-Viewing

Sonne lockt in die Biergärten

Die deutschen Brauer hoffen zur Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft auf ein nächstes Sommermärchen und ein spürbares Absatz-Plus



zen Highlight aber hat den Brauern kaltes und oftmals nasses Wetter in weiten Teilen Deutschlands das von April bis September laufende Freiluft-Geschäft verhegelt. „Bier ist eben ein wetterabhängiges Produkt“, sagt Huhnholz. Und bei typischen Fassbieren wie Kölsch und Alt sowie bei bekannten Marken wie Veltins, Krombacher, Warsteiner oder Bitburger macht das Gastronomiegeschäft nach Einschätzung von Branchenexperten teilweise bis zu 30 Prozent vom Umsatz aus. Immerhin ist das aktuelle Jahr bislang gut angelaufen. Das zeigen auch die Zahlen des Statistischen Bundesamtes. Bis Ende Februar lag der Bierverbrauch hierzulande mit 12,65 Millionen Hektolitern stattliche drei Prozent im Plus. Und auch der März war nach Auskunft der Brauereien mehr als nur zufriedenstellend. „Das erste Quartal ist sehr gut angelaufen“, sagt ein Sprecher von Veltins. Und auch bei Bitburger und Radeberger gibt man sich zufrieden.

Die Vergleichszahlen aus dem Vorjahresfrühling, als Schnee und Eis den Brauern noch immer zu schaffen machten, sind allerdings auch schwach. Laut der amtlichen Statistik konnten die heimischen Bierproduzenten im vergangenen Jahr nur noch 98,3 Millionen Hektoliter verkaufen. Das ist der niedrigste Wert seit der Wiedervereinigung. Unter dem Strich reduzierte sich der Bierausstoß um 1,7 Prozent. Ohne die überraschend guten Exportzahlen wären es sogar fast drei Prozent gewesen. Der Pro-Kopf-Verbrauch sank dabei auf gut 107 Liter. Damit liegt Deutschland nach der Tschechischen Republik und vor Öster-

reich, Irland und Slowenien zwar noch immer auf Platz zwei in Europa. In den 70er-Jahren lag der Wert aber noch bei mehr als 150 Litern. Und in den kommenden Jahren soll es weiter bergab gehen, prognostizieren die Marktforscher von der GfK-Gruppe. Sie sagen angesichts der demografischen Entwicklung und der veränderten Konsumgewohnheiten ein jährliches Minus von durchschnittlich ein bis zwei Prozent voraus.

Kaum verwunderlich also, dass am deutschen Biermarkt derzeit ein heftiger Preiskrieg tobt. Mittlerweile wird schon mehr als die Hälfte der Biermengen im Getränkehandel über Aktionsangebote verkauft. Das ist fast doppelt so viel wie noch im Jahr 2004. Einige Brauer werfen ihren Wettbewerbern sogar vor, Bier zu Dumpingpreisen anzubieten. Dabei müssten die Preise derzeit eigentlich steigen. „Die Rohstoffe haben sich zuletzt dramatisch verteuert“, begründet Marc-Oliver Huhnholz vom Brauer-Bund. Braugerste zum Beispiel ist schon fast doppelt so teuer wie noch vor einem halben Jahr. Und weil darüber hinaus Tarifierhöhungen anstehen könnten und dazu noch Energie, Glas und Verpackungsmaterial teurer geworden sind, rechnet Huhnholz in absehbarer Zeit mit Diskussionen über Preissteigerungen in der Branche.

Die erste Bestätigung kommt bereits aus dem Hause Radeberger. „Wir haben es derzeit mit Kostensteigerungen zu tun, die kaum eine Brauerei intern kompensieren kann“, sagt Konzernchef Christmann. „Wir werden die Entwicklung daher genau beobachten und entsprechend reagieren“, kündigt der Manager an. Zuletzt hatten Deutschlands Brauer im Jahr 2008 ihrer Abgabepreise erhöht.

REINHEITSGEBOT – ÄLTESTE LEBENSMITTELVERORDNUNG DER WELT

Es ist die älteste Lebensmittelverordnung der Welt und doch hat sie bis heute nichts von ihrer Bedeutung verloren. Gemeint ist das Reinheitsgebot, nach dem die deutschen Brauer auch heute noch ihr Bier brauen. Der Erlass des bayerischen Herzogs Wilhelm IV. aus dem Jahr 1516 ist längst zum Inbegriff für **Qualitätssicherung** geworden. Er forderte bereits vor fast 500 Jahren, zum Brauen sollten nur wenige natürliche Zutaten verwendet werden dürfen. Er wollte damit dem manchmal wüsten Treiben beim Bierbrauen den Garaus machen. Waren doch die Menschen im Lauf der Zeit auf die abenteuerlichsten Ideen gekommen, um



ihrem Bier einen besonderen Geschmack zu verleihen oder um es haltbarer zu machen: Vom Zusatz von Kräutern ist zu lesen, von Ruß (für Dunkelbier), von Kreidemehl (um sauer gewordenes Bier wieder genießbar zu machen) und sogar von Stechapfel und Fliegenpilz wird berichtet. Deshalb nahm der Herzog am

23. April 1516 die Sache höchstselbst in die Hand und verkündete, in deutschen Landen gebrautes Bier darf nur aus **Wasser, Hopfen und Gerste** bestehen. Die **Hefe** war noch nicht bekannt. Erst später gelang es, Hefe zu züchten und damit auch eine gleichbleibende Qualität des Bieres sicherzustellen.

Deutsches Bier darf auch im dritten Jahrtausend nur vier Zutaten enthalten: Wasser, Malz, Hopfen und Hefe. **Keine Geschmacksverstärker, keine Farbstoffe, keine Konservierungsstoffe.** Mehr als 5000 verschiedene Biere sind es, die hierzulande gebraut werden. Dass sie alle unterschiedlich schmecken, liegt an vielen Faktoren: an der Rezeptur natürlich, am Brauwasser, an der Art, wie das Getreide gemälzt wurde, und nicht zuletzt auch am Fingerspitzengefühl des Braumeisters. Das Reinheitsgebot wird jedes Jahr am 23. April mit einem „Tag des Deutschen Bieres“ gefeiert. Dafür lassen sich Brauer, Gastronomen und verwandte Branchen einiges einfallen. Das deutsche Bier feiert Geburtstag – **feiern Sie mit!** www.brauer-bund.de

AUF ZU DEN RITTERSPIELEN

„Die Welt“ und die König Ludwig Schloßbrauerei Kaltenberg verlosen ein Wochenende in München für zwei Personen inklusive Besuch des mittelalterlichen Kaltenberger Ritterturniers. Im Preis eingeschlossen sind die Reise nach München, zwei Hotelübernachtungen im Doppelzimmer mit Frühstück, Begrüßungssessen am Freitagabend, den 22. Juli 2011, Shuttle inklusive Eintrittskarten zum Kaltenberger Ritterturnier am Samstag, den 23. Juli, Rückreise von München nach Hause am 24. Juli.

Beantworten Sie bitte folgende Frage: **Welchen Alkoholgehalt hat König Ludwig Weißbier hell?** Teilnehmen darf jeder über 18 Jahre. Ausgenommen sind Mitarbeiter der Brauerei und des Axel Springer Verlags. Jeder Teilnehmer darf nur einmal mitmachen. Eine Barauszahlung und eine Übertragung des Gewinns sind nicht möglich. Bei mehreren richtigen Antworten wird der Gewinner unter allen Teilnehmern mit richtiger Antwort verlost. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Durch die Teilnahme an dem Gewinnspiel werden die Teilnahmebedingungen anerkannt. Zur Teilnahme an dem Gewinnspiel schicken Sie bitte eine Postkarte mit der Lösung sowie Ihrem Namen und Anschrift an die: König Ludwig GmbH & Co. KG, Schloßbrauerei Kaltenberg, Stichwort: Gewinnspiel Ritterturnier Augsburg, Straße 41, 82256 Fürstenfeldbruck. **Einsendeschluss** ist der 20. Mai 2011 (Datum des Poststempels).

„Die Welt“ und die König Ludwig Schloßbrauerei wünschen viel Glück!

4 Wochen Reifezeit

1 geschulter Blick

0,0 Kompromisse

Wir schauen nicht auf die Uhr, sondern auf den Kalender. Anders als manch andere, geben wir unserem Bier einen ganzen Monat Zeit, damit es in Ruhe reifen kann. Und trotzdem sind wir auch dann jede einzelne Sekunde mit Leidenschaft für unser Bier da. **Alles für diesen Moment:**

Bitte ein Bit

www.bitburger.de

TAG DES DEUTSCHEN BIERES

„BIER HILFT SEHR GEGEN BIERERNST“

Esther Isaak, Spezialitätengeschäft Bierland (Hamburg): „Ich trinke Bier, weil es höchste Ansprüche erfüllt. Ein Champagnerbier in sinnlichen Momenten, ein ‚barrel aged‘ zu brasilianischem Jazz, ein India Pale Ale bei explodierender Kreativität, Emmerbier, wenn ich zu mir finden will, Eisbock als Digestif. Besprechung nach Geschäftsschluss? – Da darf's gern ein Kraftstoff aus Breitenlesau sein. Bier ist so komplex wie die weibliche Seele und so bekömmlich, wie es nur ein Naturprodukt sein kann – einfach ideal.“

Renate Künast, Vorsitzende der Grünen-Bundestagsfraktion, Spitzenkandidatin für die Berlin-Wahl: „Ich trinke Bier, weil das Reinheitsgebot und die Kühle es zu einem Getränk machen, das Besonderes kann!“

Dagmar G. Wöhr, Unternehmerin und CSU-Bundestagsabgeordnete (Nürnberg): „Bier trinke ich als Fränkin natürlich gern, wenn auch nicht oft. Aber bei sommerlicher Hitze kann ich mir das Glück manchmal einzig und allein in der Gestalt eines eiskalten, spritzigen Glas Bieres vorstellen. Franken ist eine Hochburg des Biergenusses. Hier kommt eine Brauerei auf alle 10 000 Einwohner bei sonst lediglich 15 000 in Bayern. Das heißt, wir haben eine um 30 Prozent höhere ‚Genussdichte‘. Vielleicht ist das die Erklärung dafür, dass nach eigener Beobachtung bei uns in Franken die Menschen um etwa 30 Prozent fröhlicher, entspannter und besser gelaunt sind als sonst wo in Bayern... Bier hilft jedenfalls sehr gegen Bierernst!“

Birgit Sailer, Wirtin des kulinarium in Traunreut, Biersommelière und Jungbräuin vom Hofbräuhaus Traunstein: „Für mich ist Bier Genuss und Lebensfreude. Mich fasziniert die Verwendung von ausschließlich natürlichen und gesunden Rohstoffen, die nach altem Handwerksbrauch zu regionalen und individuellen Bieren gebraut werden. Ein gutes Bier zu brauen, ist eine Kunst. Der Genuss von Bier animiert zu Geselligkeit und bringt Menschen zusammen. Mein persönliches Lieblingsbier ist ein unfiltriertes Zwickl, frisch aus dem Lagerkeller.“

Sarah Wiener, Köchin, Unternehmerin und Buchautorin: „Ich trinke Bier nur indirekt: wenn ich Biersuppe mache. Mit Bier bin ich nicht groß geworden. Aber so ein köstliches, sämiges, leicht legiertes Biersüppchen mit kleinen Knödeln drin... oder auch ein Bierteig, der frische Holunderblüten umhüllt und goldbraun rausgebacken wurde... Da ruf' ich dann schon mal laut: hier!“

Franziska Peter, Geschäftsführerin Aufsatz (Berlin): „Im Laufe der Jahre habe ich festgestellt, welche höchst unterschiedlich schmeckenden Biere es gibt. Süßere Varianten, Schwarz- oder Weizenbiere – zu jedem Essen und jeder An gelegenheit gibt es das passende Bier. Ich hab noch keinen Gast erlebt, dem ich nicht wenigstens ein Bier empfehlen konnte, das er gern mag. Diese Vielfalt begeistert mich. Ich selbst trinke gern ein klassisches Helles oder auch die etwas stärkeren belgischen Abteibiere, und im Sommer gern ein Fruchtbiere.“

Catharina Cramer, geschäftsführende Gesellschafterin der Warsteiner Gruppe: „Ich trinke gern Bier, weil es mich erfrischt, gut schmeckt und im Vergleich zu Wein, Sekt oder Cocktails weniger Kalorien hat, was der Figur nicht schaden kann.“

■ Im Mittelalter war das Bier-Brauen noch eine Domäne des weiblichen Geschlechts. Erst im 19. Jahrhundert wurde es zur Männersache

SYLVIA KOPP

Unspektakulärer geht's nicht. „Ich hab' in einer Radioreportage erfahren, dass ich hier brauen lernen kann“, sagt Kim Bückenauer. Die 19-Jährige aus Friedenau lässt sich an der Technischen Universität Berlin zur Brauerin und Mälzerin ausbilden und findet das logisch und selbstverständlich: „Ich mochte schon immer gern Bier.“ Rund ein Vierteljahrhundert zuvor wurde eine ebenfalls 19-Jährige noch als exotische Kuriosität gehandelt. Friederike Strate hatte damals ihre Ausbildung abgeschlossen, und die „Bildzeitung“ konnte sich kaum einkriegen über „Deutschlands jüngste Braumeisterin“.

Seitdem hat sich der Anteil der Frauen in der Brauerausbildung verdoppelt und verdreifacht. Die „Emanzipation“ sei der Grund dafür, sagt Dr. Norbert Vidal, Marketingleiter der Münchner Brauerschule Doemens-Akademie: „Frauen interessieren sich für alles, Gott sei Dank auch fürs Bier. Den typischen Männerberuf gibt es ja gar nicht mehr.“ Männerberuf? Ein Missverständnis. Die Frauen erobern sich die Sudkessel zurück.

Im frühen Mittelalter war Brauen fest in der Hand der Frauen. Nicht nur als eine von vielen Haushaltspflichten – „heute back' ich, morgen brau' ich“. Frauen betrieben gemeinsam kommunale Brauhäuser. Das Arbeitsgerät war ihr Eigentum, Töchter wohlhabender Familien brachten einen Sudkessel mit in die Ehe. Freundinnen trafen sich zum Bierkränzchen und tauschten Braurezepte aus. Sie spuckten ins Bier und gaben Honig bei, um den Alkoholgehalt zu steigern. Doch in den Städten wurde aus der Tätigkeit allmählich ein Handwerk, mit festen Gilde- und Ausbildungsstatuten, in denen Frauen nicht existierten. Und auch die Klöster erkannten, dass man mit Bier Geld verdienen kann. Malzschaufel und Maischscheide waren bald überwiegend in männlicher Hand. Doch erst die Industrialisierung im 19. Jahrhundert machte das häusliche Brauen unwirtschaftlich und die Bierproduktion vollends zur Männersache.

Bis vor wenigen Jahrzehnten. Die meisten Frauen, die heute den Beruf ergreifen, stammen aus einer Brauerfamilie. So auch die einst „jüngste Braumeisterin“, die zusammen mit ihrer Schwes- ter Simone und Mutter Renate die Detmolder Brauerei führt: „Wir sind mit dem Braubetrieb groß geworden. Wir wohnen ja auch mittendrin“, sagt Friederike Strate, heute 46. Schon früh hät-



Simone (l.), Renate und Braumeisterin Friederike (r.) leiten gemeinsam die Privatbrauerei Strate in Detmold mit Frauen-Power

Zurück zu den Wurzeln

Frauen bringen frische Ideen in die Branche

ten die Eltern sie und ihre Schwester einbezogen, wie beispielsweise bei der Wiedereinführung der Bügelflasche im Jahre 1979. Eine richtungweisende Entscheidung, wie sich heute zeigt, denn die ostwestfälische Brauerei ist nach eigenen Angaben zum bundesweit zweitgrößten Abfüller von Bügelflaschen avanciert. Nach dem Tod des Vaters im Jahre 1995 haben die Frauen zu dritt das Regiment übernommen. „Jede macht das, was ihr am besten liegt“, so Friederike. Wie sie in ostwestfälischer Ton erzählt, ist sie selbst fürs „Trallafitti“ zuständig, sprich für Verkauf, Marketing und Brauereiführungen, während Simone als kaufmännische Leiterin im Hintergrund die Zügel fest im Griff behält und Mutter Renate die Unternehmensstrategie überwacht.

„Was mich an dem Beruf reizt, ist die Abwechslung“, sagt Katharina Haizmann, „man hat sowohl mit Rohstoffen, Maschinen und Technologie als auch mit Betriebswirtschaft und Menschen zu tun.“ Die 26-Jährige wird im Juli ihre Brauer- und Mälzmeister-Prüfung an der Doemens-Akademie ablegen. Sie hat zuvor in Ludwigshafen und im finnischen Valkeakoski Betriebswirtschaftslehre studiert. Auch sie entstammt einer langen Tradition: Ihre Familie betreibt

die Hochdorfer Kronenbrauerei in der elften Generation. In rund vier Jahren, wenn sie in anderen Betrieben und Ländern Erfahrungen gesammelt hat, wird sie in den Schwarzwälder Familienbetrieb einsteigen. Dabei hat sie sich erst während des BWL-Studiums Stück für Stück mit der Idee angefreundet, Bräu zu werden. „So eine Entscheidung muss von innen heraus kommen“, sagt sie. Am meisten fasziniert sie am Brauen, wie es gelingt, aus Rohstoffen unterschiedlicher Beschaffenheit – zum Beispiel aufgrund von Ernteschwankungen – ein Bier in stets konstanter Qualität hinzubekommen. „Das sind sehr spannende und komplexe Prozesse mit vielen kleinen Stellschraubchen“, so die angehende Braumeisterin. In der 50.000-Hektoliter-Brauerei sieht sie ihre Aufgabe eher in der Geschäftsführung als am Sudkessel, weil man die Produktion am leichtesten delegieren könne – ohne sie ganz aus der Hand zu geben: „Ich werde dabei sein, wenn etwas Neues entwickelt wird.“

Deshalb bedauert Katharina Haizmann auch, dass so wenige Frauen den einst „weiblichen“ Beruf ergreifen. Denn Brauerinnen und weibliche Bräus sind heute zwar häufiger in den Medien, wie beispielsweise Gründererin Susanne Veltins, die die gleichnamige Pilsbraue-



Katharina Haizmann will Neues schaffen und interessiert sich für Luxusbiere

rei leitet, Brauertochter Catharina Cramer, die die Geschäfte von Warsteiner führt, oder Schwester Doris, die seit mehr als 40 Jahren im Kloster Mallersdorf braut. Und der Anteil der weiblichen Brau-Lehrlinge ist wohl kräftig gestiegen – doch von einer winzigen Ausgangsbasis. Früher, sagt Norbert Vidal, lag der Absolventinnen-Anteil der Doemens-Akademie bei zwei oder drei Prozent, heute beträgt er immerhin fünf bis sieben Prozent. Damit bleibt die absolute Zahl der Frauen in der Branche gering. Laut Deutscher Industrie- und Handelskammer waren 2009 von 609 Auszubildenden im deutschen Brauhandwerk 37 Frauen.

Das Bouquet entscheidet

Sylvia Kopp ist in Franken und Flan- dern auf den Geschmack gekommen, hat eine Diplombildung zur Bier-Sommelière, schreibt über Bier, leitet Verkostungen und ist Jurymitglied in internationalen Bierwettbewerben. Hier ihre Tipps:

DIE WELT: Frau Kopp, nennen Sie uns bitte die wichtigsten Etikette-Regeln zum Biertrinken.

SYLVIA KOPP: Wichtig ist die Glaswahl: Aus Maßkrügen kann man vielleicht Kamillentee trinken, aber kein anspruchsvolles Bier! Wie oft habe ich mich schon gewundert, dass ein Bier langweiliger schmeckt, als ich es in Erinnerung hatte. Meist lag es einfach an untauglichen Gefäß. Ideal ist ein dünnwandiges Kelchglas, das zum Rand hin enger wird. Die Faustregel lautet: Je schlanker das Bier, desto schlanker der Kelch. Feinsinniges Pils schmeckt aus der hohen Tulpe am besten, aromenreiches Weizenbier aus einem Burgunderglas und körperreiche Doppelbockemunden aus Schwenkern. Diese Kelche fangen das Bouquet am besten ein. Regel Nummer zwei: Schnuppern Sie, bevor Sie trinken. Jedes Bier bietet ein eigenes Aroma. Dieses zu erforschen, ist unheimlich Genuss steigernd. 80 Prozent dessen, was wir schmecken, nehmen wir über unsere Riechzellen wahr.

Was mache ich mit Bierflaschen beim Essen an einer feinen Tafel?

Es gibt schöne, große Gebinde von belgischen und italienischen Brauereien: wie Champagner-Flaschen mit Korkverschluss und Designer-Etikett. Ein Augen- und Gaumenschmaus! Das Osten-



Stark in Sachen Geschmack: Biersommelière Sylvia Kopp

der Gourmetrestaurant De Bistronoom arbeitet nur mit Bieren in solchen Flaschen. Nicht zu unterschätzen ist der Vorteil der 0,5- und 0,33-Liter-Flaschen: Es wird nichts warm und schal, man kann auch zu zweit bei jedem Gang das ideale Begleitgetränk frisch genießen.

Ist Bier heutzutage zu allem erlaubt – von Kuchen bis Fisch?

Erlaubt? Man braucht keine Lizenz zum Biertrinken, und abfällige Blicke orthodoxer Weingläubiger stören keinen großen Geist. Past immer ist ein edles Bier die bessere Begleitung zum Essen. Allein der Malzkörper bietet Geschmäcker von biskuitartig über Brotrinde bis Kaffee, die sich in vielen Gerichten wiederfinden. Zudem spült die Kohlensäure den Gaumen frei und bereitet ihn so auf den nächsten Bissen vor. Zum Erdbeeruchen empfehle ich ein Spezial oder Export, denn die haben meist eine liebliche Malzaromatik, während sich der Hopfen mit der Erdbeerfrische verbindet. Steinbeißer-Filet? – Versuchen Sie es mit einem hellen Hefeweizen. Die Trüffel-mousse hat ein erdig-würziges Parfum. Das passt zu einem guten Schwarzbier mit weicher Röstaromatik. Mein Tipp für Trüffel ist jedoch das Trappistenbier Orval: trocken, kräftig-bitter mit Zitrusnote, Erdig-Blumiges umspielt den straffen Körper – eine Klasse für sich!

Ein Bier auf die Schönheit

Gut für Haut und Haare – aber nur in Maßen genossen

SONJA GILLERT

Bier für die Haare – darauf schwört zum Beispiel die Hollywood-Schauspielerin Catherine Zeta-Jones. Sie vermischt für eine natürliche Haarspülung den Gerstensaft mit Honig. Die Kräfte des Biers sollen so für glänzende und besonders geschmeidige Haare sorgen.

Nicht nur selbstangerührt, sondern auch als fertiges Shampoo kann man Mixturen mit Bier kaufen. Vitamin B, Hefe, Hopfen und Malz – wegen all dieser Bestandteile wird Bier in vielen Wellnessoasen und Spas immer wieder als Wohlfühl-Mittel angepriesen. Außerdem ist Bier aufgrund des relativ geringen Zuckergehalts, des nur leicht sauren pH-Wertes und des relativ geringen Alkoholgehalts als sehr bekömmlich bekannt. Allerdings ist Bier ein alkoholhaltiges Getränk und sollte deswegen nur in Maßen genossen werden. Laut der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen gilt eine tägliche Menge von maximal 0,5 bis 0,6 Litern für Männer und 0,25 bis 0,3 Liter Bier für Frauen als risikoarm. Es wird jedoch empfohlen, an mindestens zwei Tagen in der Woche komplett auf Bier zu verzichten. Doch nicht nur für glänzende Haare soll Bier sorgen, auch als Pflegemittelchen für die Haut wird der Gerstensaft angepriesen. Vor allem in Form von Masken und als Gesichtswasser. Schon vor rund 2000 Jahren sollen die Ägypterinnen ihre Haut mit dem Schaum des Gebräus gepflegt haben.

Schlecht sei es sicher nicht, Bier als Mittel für die Haut zu verwenden, beurteilt der Dermatologe Professor Dr. med. Hans Meffert diese Pflegetipps. „Es fragt sich allerdings, ob die Wirkung so stark

ist“, gibt er zu bedenken. Schließlich seien die pflegenden Inhaltsstoffe immer nur in geringen Mengen im Bier zu finden. Außerdem gibt es kaum kontrollierte Studien zu positiven Effekten des Gerstensaftes. Nicht das Bier als Ganzes, sondern die Bierhefe, ein Bestandteil, der aus den meisten Biersorten vor der Abfüllung herausgefiltert wird, soll auch eine besondere Wirkung auf die Haut mitbringen. In Form von Tabletten und Pulver kann man dies in Drogerien kaufen. In Bierhefe steckt Biotin, das besonders gut für schöne Haare, Haut und Fingernägel sein soll.

BIER-PFLEGE ZUM SELBERMACHEN

Bier-Hautreinigungswasser

Zwei Esslöffel Pils, ein Esslöffel Apfelessig, zwei Tropfen Teebaumöl vermischt in einem ½ Glas Wasser sollen gegen fettige und glänzende Hautpartien helfen. Das Ganze einfach einmal pro Tag mit einem Wattepad auf die fettigen Hautpartien auftragen.

Bier-Ei-Shampoo

Die Mischung aus einem Esslöffel neutralem Haarshampoo, einem Teelöffel Bier und einem Eigelb soll die Haare besonders weich machen und ihnen viel Volumen verleihen. Dazu das Bier-Ei-Shampoo ungefähr zehn Minuten einwirken lassen und dann mit Wasser gut ausspülen.



„Frauen interessieren sich für alles, Gott sei Dank auch für Bier“

Norbert Vidal, Marketingleiter der Brauerschule Doemens-Akademie

Dass Frauen es in der Braubranche schwerer haben als Männer, weist Friederike Strate zurück: „Es ist heute vollkommen schnuppe, ob eine Frau oder ein Mann eine Brauerei führt. Man muss seinen Job gut machen, darauf kommt es an.“ Die Ursache für den Brauerinnen-Mangel liegt laut Katharina Haizmann eher am Bier-Image: „Ein absolutes Männerprodukt. Allein schon, wie es präsentiert wird: in viel zu großen, unhandlichen und nicht besonders schönen Gläsern“. Das wirke plump und schrecke viele Frauen ab, Bier zu trinken, geschweige denn, sich mit Brauen zu beschäftigen.

Dem stimmt Stephanie Meyer, seit August 2009 Juniorchefin der Allgäuer Postbrauerei-Nesselwang, zu: „Bier wird männertypisch dargestellt, und die meisten verbinden mit Bier nur die Halbe vom Stammtisch. Deshalb wollen viele Frauen nichts davon wissen“, sagt die 31-Jährige. Für sie ist Brauen Frauensache, weil einige als typisch weiblich geltende Eigenschaften gefordert seien: achtsamer Umgang mit den Rohstoffen und genaues Arbeiten zum Beispiel. „Das ist ja nicht wie auf dem Bau, wo man Zement, Kies und Wasser mischt. Beim Brauen geht es ums Detail“, so Meyer. Allerdings war für ihre Position ursprünglich der Bruder vorgesehen. Doch als die Familie 2009 die renommierte Marke mit einem Volumen von 10 000 Hektoliter an die Zötler-Brauerei verkaufen musste, favorisierte er eine medizinische Laufbahn. Gut für Stephanie, die nun Seite an Seite mit ihrem Vater das Unternehmen in die nächste Generation führt. Denn eine Gasthausbrauerei mit 400 Hektoliter Jahresausstoß ist ihnen geblieben. „Ich hab' schon den Anspruch, was Neues zu machen. Luxusbiere interessieren mich. Und mit der Gasthausbrauerei kann ich Bier zum Erlebnis zu machen“, sagt Stephanie Meyer. Gerade hat sie noch eine Diplom-Ausbildung zur Bier-Sommelière absolviert und ist nun gut gerüstet, Bier auch neuen Zielgruppen – zum Beispiel Frauen – zugänglich zu machen.

Die Brauer hoffen, dass viele Fans dem deutschen Team jubeln – am besten beim Public Viewing im Biergarten oder in der Lieblingskneipe

ANDREAS MÜLLER

Manchmal, wenn ihm danach ist, nimmt sich Bernd Schröder, Trainer des deutschen Frauenfußball-Meisters Turbine Potsdam, für den Feierabend schon mal ein, zwei Fläschchen Bier aus einer der Kisten im Kabinengang mit nach Hause. „Ungefähr jeden zweiten Monat bekommen wir zwei Kästen. Wer darauf Zugriff hat, darüber habe ich schon die Kontrolle“, sagt der 68-Jährige. Soll heißen: Für die Spielerinnen ist das Bierchen selbstverständlich tabu. Für die erfolgreichen „Turbien“ sind all die anderen Getränke bestimmt, die vom Partner „Radeberger Gruppe“ regelmäßig in größeren Mengen geliefert werden. „Wir werden von unserem Partner schon seit fast 20 Jahren mit allen alkoholfreien Getränken versorgt, die wir brauchen“, berichtet Bernd Schröder, der als Macher in Potsdam dabei ist, seit dort 1971 eine Frauenfußball-Abteilung gegründet wurde. Er ist ein Mann der ersten Stunde in dieser Sportart, die, nachdem die deutschen Frauen 1989 den ersten von bis dato sieben EM-Titeln gewannen und 2003 sowie 2007 zweimal WM-Gold einheimten, einen rasanten Aufschwung erlebte. Bei der Heim-WM vom 26. Juni bis 17. Juli in Deutschland strebt die Mannschaft von Bundestrainerin Silvia Neid den „Titel-Hattrick“ an.

„Wir als Branche werden dabei den neuen Schwung in dieser Sportart aufgreifen. Fußball ist ein gesellschaftliches, geselliges Ereignis und Bier ein ideales Getränk für die zahlreichen Public-Viewing-Gelegenheiten, die es im Rahmen der WM geben wird. Dazu gehören natürlich zunehmend auch alkoholfreie Biere und Bier-Mischgetränke“, erklärt Marc-Oliver Huhnholz vom Deutschen Brauerbund. Vor allem diese beiden Bierarten, die inzwischen rund acht Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen, und allgemein „mildere Biere“ meint der Sprecher des Gesamtverbandes, wenn er mit Blick auch auf die erfolgreich kicken Frauen von einer „untrennbaren Einheit zwischen Fußball und Bier“ spricht.

Bei aller Vorfreude auf das sportliche Großereignis, das hierzulande noch mehr Mädchen und junge Frauen aktiv oder passiv für den Fußball begeistern soll, mahnt „Pionier Schröder“, das Image der „Abteilung feminin“ durch allzu viel Bierseligkeit nicht zu beschädigen. Zum Profil gehöre zwangsläufig neben der eigenen Spielkultur die unverwechselbare Stadion- und Fan-Kultur,



Fußball und Bier, eine untrennbare Einheit

Frauen-WM im eigenen Land bringt zusätzliche Impulse

die sich von der des Männer-Fußballs weiterhin unterscheiden müsse. In der logischen Konsequenz bedeute dies ebenso einen sehr speziellen, sensiblen Umgang mit Werbe- und Sponsoring-Partnern aus der Brauereiwirtschaft. „Schließlich haben wir eine bestimmte Klientel an Zuschauern, die wir nicht verschrecken wollen“, sagt Schröder.

Timo Skrzypski, Geschäftsführer beim Bundesligisten 1. FC Duisburg, bestätigt, dass „vor allem Familien und ältere Leute in die Stadien kommen“. Oft genug mit Kleinkindern oder sogar Babys. Auf den Tribünen werde meist Kaffee, Wasser oder Limonade getrunken.

Allein wegen der familiären Atmosphäre findet es Bernd Schröder „ganz normal“, dass bislang keine einzige Frauenmannschaft mit dem Schriftzug eines Bierherstellers auf dem Jersey dem Ball

„Wir als Branche greifen den neuen Schwung dieser Sportart auf“

Marc-Oliver Huhnholz
Deutscher Brauerbund

nachjagt. „So etwas wird bei uns bestimmt nicht passieren. Damit würden wir ein völlig falsches Zeichen setzen.“ Eine Auffassung, die ebenfalls den Intentionen von WM-Botschafterin Nia Künzer entspricht, die beim WM-Sieg vor acht Jahren das „Golden Goal“ erzielte und heute die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) als Patin der Kampagne „Kinder stark machen“ unterstützt. Nicht zuletzt mit Blick auf den sportlichen Nachwuchspädagogen für einen „sensiblen Umgang“ mit dem Thema.

Timo Skrzypski vom 1. FC, zu dessen Sponsoren-Pool unter anderem „König Pilsener“ zählt, denkt eher pragmatisch. Wäre es juristisch machbar und gäbe es eine entsprechende Offerte, hätte er mit einem Brauerei-Logo auf der Hemdbluse kein Problem. „Wenn ich dafür 20 000 Euro mehr bekommen würde als vom aktuellen Trikot-Sponsor, dann würde ich das machen. Da wiegen die geschäftlichen Interessen einfach schwerer“, bekennt der 26-Jährige, „da spricht der Manager anders als der Trainer.“

Einhellig indes begrüßen Timo Skrzypski, Bernd Schröder und die früheren Nationalspielerinnen Nia Künzer, dass Unternehmen zunehmend den Frauen-Fußball für sich entdecken. Dies zeige, wie attraktiv diese Sportart inzwischen als Medium und Werbepartner ge-

worden ist. Das Interesse von Firmen nicht nur von Seiten der Brauereiwirtschaft und Getränkehersteller spiegele zugleich „die Veränderungen wider, die es in den vergangenen 20 Jahren im Bereich Wirtschaft und Marketing rund um die Nationalmannschaft gegeben hat“, bekräftigt Doris Fitschen, Managerin der deutschen Frauen-Nationalmannschaft.

Zu dem halben Dutzend Sponsoren für das Team von Bundestrainerin Silvia Neid gehört unter anderem die Bitburger Brauerei, die seit 1992 die Fußball-Nationalmannschaft der Herren unterstützt und 2008 den Vertrag auch auf die Frauen-Auswahl ausgeweitet hat. Bitburger erhofft sich einiges von dem Engagement, wie Christina Schommer von der Kommunikationsabteilung bestätigt: „Dadurch, dass die Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft in diesem Jahr in Deutschland stattfindet, sind wir davon über-

zeugt, dass Erinnerungen an das Sommermärchen 2006 wach werden und viele Fußballbegeisterte dem deutschen Team jubeln werden – davon viele in ihrer Lieblingskneipe oder im Biergarten, ganz nach unserem Motto zur Frauen-Fußball-WM: Fußball verbindet die Welt. Bitburger verbindet die Fans.“

Vermutlich als kleine Referenz absolvierte der WM-Kader im April sein erstes Vorbereitungs-Trainingslager ausgerechnet in dem Städtchen Bitburg nahe der Grenze zu Luxemburg.

Nur noch wenige Wochen, dann beginnt das Daumendrücken für die deutsche Frauenfußball-Nationalmannschaft und deren Torjägerinnen wie zum Beispiel Fatmire Bajramaj

Ein Frauen-Bier braucht's nicht

Mit der Vermittlung von mehr Genuss-Kultur wäre viel gewonnen

BARBARA SCHRÖTER

Die Mehrheit der deutschen Bevölkerung ist weiblich. 51 Prozent oder 41,9 Millionen Menschen. Doch nur sechs bis sieben Millionen Frauen trinken regelmäßig Bier, haben Statistiker herausgefunden. Und noch einmal so viele greifen gelegentlich zum Nationalgetränk der Deutschen. Hier also ruht ein Potenzial, das die Brauer nutzen können möchten. So kreieren sie Produkte, die den weiblichen Durst anregen können. Vielleicht gar eine Frauen-Quote auch hier beim Bier? Eins speziell für Frauen – ein Frauen-Bier?

„Das braucht kein Mensch, da darf die Emanzipation gerne mal eine Pause machen“, lacht Birte Kleppien. „Wir haben so viele tolle verschiedene Biere im deutschen Biermarkt, so viele verschiedene Geschmacksrichtungen“, betont Radebergers Pressesprecherin wieder ernst: „Herbe Biere, malzbetontere Biere, milde Varianten, kräftigere Noten, Spezialitäten...“. Da sei eigentlich für jede(n) etwas dabei. Sie – oder auch er – müsse nur mal mitig sein, etwas Neues ausprobieren und sich durch die vielen Angebote „schmecken“. Ein klares „Nein“ also zum Frauen-Bier. „Gibt es denn einen speziellen Joghurt für Frauen, eine Brotsorte für Frauen, einen speziellen Wein, einen Saft oder Mineralwasser für Frauen?“, erteilt auch Stefan Leppin, der Warsteiner-Pressevertreter, dem unsinnigen Ansinnen eine Absage.

Dass Frauen – wenn sie denn zum Bier greifen – gern Biermischgetränke, alkoholfreie Biere und die milderen Weiß- oder Weizenbiere – nur die Bezeichnung ist regional verschieden – wählen, weiß Mark-Oliver Huhnholz, Pressesprecher

und Referent für politische Kontakte beim Deutschen Brauer-Bund in Berlin. Manche mögen's wohl so – doch an Frauen speziell haben die Brauer sicher nicht gedacht bei den vielen gepanschten Varianten.

Was ist es denn nun, das die Damen Bierabstinnenz zeigen lässt? „Zu herb“, das gilt also nicht mit Blick auf die Geschmacksvielfalt. „Das Glas ist zu groß.“ Das Argument sticht. Der Inhalt ist zu schnell schal, um weiblichen Genuss zu bedienen, hat auch Michael Weiß, der bayerische Brauer-Präsident, längst erkannt. Sein Meckatzer Bier präsentiert er den Damen gern im 0,1-l-Glas. Die wissen die Frische im kleinen und feinen Gefäß zu schätzen.

Noch etwas: „Bier ist nicht fein genug.“ Wie wahr. So plädiert auch Michael Weiß für mehr Trink- und Genusskultur. Noch immer sei die Bier-Aura zu stark vom Oktoberfest-Charakter geprägt, erkennt der Allgäuer Biermittelständler. Die Maß – der Liter im Glas – passt in den Biergarten, nicht jedoch auf die feine Tafel. Dort hat Bier jedoch ebenso seinen Platz wie das Glas Wein.

Also braucht Bier ein neues Image. „Es wird zu profan vermarktet“, sagt Weiß. „Warum Bier nicht so inszenieren wie es dem Zeitgeist und der Damenwelt entspricht“, hält er den Brauer-Kollegen die Präsentationspraktiken nach dem Motto „the same procedure“ vor. Masse statt Klasse. Weg also mit der Mengenorientie-

rung, hin zur Kultivierungsoffensive für Bier. Mehr Wert gilt fürs Produkt und für den Preis. Das wusste bereits der ehemalige Brauer-Präsident Richard Weber: „Bier ist zu billig“, mahnte er seinerzeit seine Kollegen.

Wenn die Damen jedoch wüssten, wie gesund Bier ist, tranken sie es noch lieber. Denn ein Glas Bier hat weniger Kalorien (103 kcal) als die gleiche Menge Apfelsaft (120), Milch (134) oder Fruchtjoghurt (205). Mäßiger Biergenuss senkt das Herzinfarktrisiko, schützt vor Demenz und kann Osteoporose vorbeugen, ist ein hervorragender Magnesium-Lieferant und stärkt – besonders in der alkoholfreien Variante – die Leistungsfähigkeit von Sportlern – männlichen wie weiblichen.

Unbestritten ist also: Ein Frauen-Bier braucht's nicht. Oder vielleicht doch, wie Catharina Cramer, geschäftsführende Gesellschafterin der Warsteiner Gruppe, augenzwinkernd erkannt hat: „Wenn wir in der Lage wären, ein spezielles Frauenbier zu entwickeln, das den Frauen ermöglichen würde, die Männer besser zu verstehen, wäre das mit Sicherheit ein Absatzrenner. Aber auch ein Bier, das die Faltenbildung reduzieren und eine schöne Haut machen würde, könnte sich bestimmt als Frauenbier durchsetzen.“ Also, meine Damen, ran ans Glas! Und dass drei- oder fünfmal ein kleines Bier teurer ist als ein 0,3-l-Glas oder die Halbe, das weiß das weibliche Geschlecht – ganz ohne Quote.



Frauen, trinkt mehr Bier!
Werbeplakat von 1960



Bier von königlicher Hoheit. Gebraut von Prinz Luitpold von Bayern.

Sommeliers beraten rund ums Bier

Neuer Weltmeister kommt aus Deutschland

Es ist noch nicht lange her, da führte Bier in der Spitzengastronomie ein relatives Schattendasein. Das hat sich geändert. Ähnlich wie beim Wein bieten etliche Top-Restaurants mittlerweile eine breite Auswahl regionaler und internationaler Marken an. Dies erfordert einen fachgerechten Umgang mit der Ware und darüber hinaus geschultes Personal, das die Feinschmecker, aber auch die Gastronomen selbst, beraten kann. Dabei ist unter anderem die Beziehung des Bieres zum Essen zu beachten. Zum Beispiel passt zu einem kräftigen Schweinefleischgericht neben einem bayerischen Weißbier auch ein französisches Bière blonde (Helles) oder ein Altbier, jedoch kaum ein Kölsch.

So gibt es mittlerweile eine Ausbildung zum Diplom-Biersommelier. Und die Besten ihres Fachs kämpfen sogar um die Krone eines Weltmeisters. Gerade wurde zum zweiten Mal ein Titelträger gekürt. Sebastian Priller-Riegele von der Brauerei Riegele Augsburg setzte sich im Finale durch. Mehr als zwanzig Biere hatte jeder Teilnehmer in der mehrstufigen Vorentscheidung verkostet und bewertet, bis die sechs Finalisten feststanden. In den Vorrunden setzte sich der amtierende Vizeweltmeister Priller-Riegele deutlich vom restlichen Teilnehmerfeld ab und zog überlegen ins Finale ein. Mit ihm konnten sich mit Markus Berberich aus Stralsund (am Ende Bronze) sowie Riegele-Mitarbeiter Hermann Schnierle (4.) zwei weitere Deutsche direkt qualifizieren. Auch Matthias Gassner (Österreich, Platz sechs), Fabio Nalini (Italien, Silber) und Jan Czerny (Schweiz, 5. Platz) überzeugten die Jury. „Mit der Biersommelier-Weltmeisterschaft wollen wir verdeutlichen, welche Biervielfalt es weltweit zu entdecken und zu genießen gibt und sie der Öffentlichkeit von ihrer schönsten und genussvollsten Seite zeigen“, sagte Wolfgang Stempfl, Geschäftsführer der Münchner Doemens Akademie, zur Zielsetzung der Veranstaltung. *bil*

ANZEIGE

TAG DES DEUTSCHEN BIERES

Männer am Herd

Die König-Brauerei lud zu einem Kochkurs ins Bergische Land

■ Gewinnspielteilnehmer beantworteten die Frage, zu welchem Gericht sie am liebsten Bier trinken

ANDREAS FASEL

Die Herren sind kaum zehn Minuten in der Küche, da verlangt bereits ein Kurs-Teilnehmer nach einem Pflaster. Er hat sich beim Entschuppen eines Zanders eine Spitze der Rückenflosse in die Hand gerammt. Nie wieder wird er vergessen, dass Biologen dieses Tier den Stachelflossern zuordnen. Sascha Stemberg, der den Männern das Kochen beibringen soll, lässt den Verbandskasten holen und spendet Trost: „Das kommt bei den besten Profiköchen vor. Man steht unter Zeitdruck, arbeitet hektisch, ist kurz abgelenkt – schon ist es passiert.“ Bloß gut, dass keine Seeteufel zubereitet werden, „sonst gäb's schnell eine Blutvergiftung“, flacht Stemberg.

Männerkochkurs im Restaurant „Haus Stemberg“, das in Velbert steht, mitten in der Idylle des Bergischen Lands. Die König-Brauerei hat zehn Teilnehmer in einer Verlosungsaktion ausgewählt. Zu beantworten war die Frage, zu welchem Gericht man am liebsten Bier trinke. Die meisten gaben deftige Hausmannkost an. Doch Walter Stemberg, Senior-Chef im „Haus Stemberg“, vertritt bei der Begrüßungsrunde kämpferisch die Meinung, dass sich auch die sogenannte feine Küche durchaus gut mit Bier vertrage: „Bier ist salonfähig“, so lautet seine einführende Lektion in die hohe Kunst der Tafelfreuden. Die versammelten Kochschüler, zumeist Ruhrgebietsbe-

wohner und folglich im Dunstkreis irgendetwas Brauerei groß geworden, hören's mit Freude. Stemberg selbst bietet in seinem Restaurant nicht nur Weine, sondern selbstverständlich auch Frischgezapftes an. Diesem bodenständig gebliebenen Gastronomen ist jede Dünkelhaftigkeit gegenüber dem Gerstensaft fremd. Er sagt, viele seiner Gäste reagierten geradezu erleichtert, dass sie in einem Spitzenlokal endlich auch mal ein Fassbier bekämen. Nach dieser Grundsatzaussprache: Schürze um den Bauch und ab in die Küche. Sascha Stemberg, Walter Stembergs Sohn und Küchenchef des Traditionslokals, hat eine Menge Arbeit zu verteilen. Schließlich sollen am Ende vier Gänge auf den Tisch kommen: Rindertatar, Zanderfilet auf Queller mit Hummerschaum, geschmorter Lammhaxe auf Bärlauchgräuben und zum Abschluss Schokoladenpudding.

Es zeigt sich schnell: Diesen Männern braucht niemand mehr zu erklären, wie man ein Spiegelei brutzelt. Sie stehen nicht zum ersten Mal am Herd. Besonders beliebt bei den Kochschülern sind alle Aufgaben, die mit der Herstellung von Hummerschaum und dem Fischgang zu tun haben. Nicht weil ihnen die besonders leicht von der Hand gehen. Im Gegenteil: „Da traut man sich sonst nicht so ran“, sagen viele. Auch Andreas Horstmann aus Hamminkeln meldet sich sofort, als es darum geht, den endlich mit viel Mühe entschuppten Zander zu filetieren. „Ich bin zwar kein Angler, aber ich wohne direkt am Baggerloch, da fällt immer was ab“, sagt Horstmann. Meist sind das Forellen. Doch künftig will er sich auch mal solche Kaventsmänner wie diese halbmetergroßen Zander vornehmen.

Sascha Stemberg zeigt, wie beim Filetieren eines noch rohen Rundfisches das



KIRSTEN NEUMANN (3)

Messer zu führen ist. Sieht leicht aus, braucht aber doch einige Übung – das Ganze ist eine Gratwanderung an der Mittelgräte. Nicht zu schnell und nicht zu langsam schneiden, nicht zu viel Druck und nicht zu wenig. Und bloß nicht zu viel herumsäbeln! „Da verfrisst doch das schöne Filet“, protestiert Stemberg. Danach heißt es: Gräten fühlen mit den Fingerspitzen – und Gräten ziehen mit der Grätenzange. Dieter Besenrieder vertieft sich in dieses Geduldsspiel mit der Hingabe eines betenden Mönchs. Wo sonst kann ein Hobbykoch solche Feinheiten der Zubereitung unter Aufsicht eines Fachmanns üben? Auch das Aufknacken des Hummers fand Besenrieder überaus lehrreich – „früher hab' ich mich damit fast umgebracht“.

Es sind solche handwerklichen Details, für die sich die Hobbyköche vor allem interessieren. Wie mixt der Profi ein Pesto? Warum flambiert er die Hummerschalen? Und wie reduziert er eine dunkle Sauce? Für Wolfgang Bertram und Horst aus der Wiesche aus Essen ist das die spannendste Frage des Tages. Schon vor gut 25 Jahren haben die beiden in einer katholischen Bildungseinrichtung mit Eintöpfen das Kochen angefangen. Seitdem haben sie ihre Kunst verfeinert, „aber wir sind auf einer soliden Basis geblieben“, sagen sie bescheiden. Und nun stehen sie also am Saucetopf neben Sascha Stemberg, einem echten Meister, Mitglied der Jeunes Restaurateurs d'Europe, einer Vereinigung junger Spitzenköche.

„Soll ich jetzt nicht endlich mal Wein zugießen?“, fragt Bertram immer wieder, „nicht, dass das noch ansetzt.“ Doch Stemberg mahnt zur Geduld, „keine Angst, ich steh' ja daneben“. Das sind die lehrreichsten Momente an diesem Nachmittag. „Unsereins denkt, es wäre damit getan, stur nach Rezept vorzugehen“, sagt Bertram später, „aber hier kann man lernen, dass es noch auf ganz andere Sachen ankommt“. Immer wieder findet Stemberg in der Hektik („Jetzt aber schnell die Lammhaxen rein, sonst sind die nachher nicht fertig“) noch Zeit für Grundsätzliches. Er lässt sich über rechtliche und ethische Fragen des Hummertötens aus, er hält ein Plädoyer für biologischen Anbau und artgerechte Tierhaltung („Es muss ja

nicht jeden Tag Fleisch sein“). Und er ermuntert seine Schüler zu experimentieren. „Man muss immer wieder ausprobieren“, sagt Stemberg: „Was passiert mit den Sachen, wenn ich sie frittiere, koche oder trockne?“ Der Juniorchef selbst hatte vor einiger Zeit den Einfall, Bärlauch durchs heiße Öl zu ziehen, bevor er daraus Pesto macht – das Ergebnis löst bei den Kochschülern Ausrufe des Entzückens aus.

So ist am Ende auch keiner enttäuscht, dass sich Stemberg nicht in die Töpfe gucken lässt, wenn er Saucen abschmeckt oder den filetierten Zander brät. „Einen Zander braten kann ja jeder“, sagt Andreas Horstmann. Aber entschuppen und filetieren, ohne sich zu stechen – das will gelernt sein.



Andreas Horstmann (großes Foto, l.), Horst aus der Wiesche (r.) und weitere acht Gewinner nahmen bei Sascha Stemberg Kochunterricht

ANZEIGE

Freiluftsaion ist eröffnet

Wo Sie ein kühles Blondes mit Freunden genießen können

Blaue Himmel, schattenspendende Bäume, Vogelgezwitscher – und dann ein kühles Blondes in netter Gesellschaft. Was gibt es Schöneres im Sommer als in einem zünftigen Biergarten an einem See zu sitzen oder eines der zahlreichen Bierfeste deutschlandweit zu besuchen. Bayern ruft anlässlich des Tages des Bieres erneut eine ganze Bier-Woche aus (vom 20. April bis 1. Mai), mit Schau-Brauen, Bier-Seminaren und -Verkostungen. Aber auch das restliche Jahr über gibt es in ganz Deutschland zahlreiche Festivitäten rund ums Bier in all seinen Facetten. Wir haben einen kleinen Überblick, der bis in den Herbst reicht, zusammengestellt.

Distelhausen 7. und 8. Mai

200 Jahre Brauhandwerk und 135 Jahre Distelhäuser Brauerei im Besitz der Familie Bauer – das gilt es zu feiern. Die Familienbrauerei mitten im lieblichen Taubertal verwandelt sich für zwei Tage in einen riesigen Festplatz. Distelhäuser Bierspezialitäten und regionale Schmankerln stehen genauso auf dem Programm, wie Wissenswertes rund ums Bier, Spiel und Spaß.
www.distelhaeuser.de

Saarbrücken 27.-29. Mai

Der wunderschöne Bürgerpark am Ufer der Saar verwandelt sich an diesem Wochenende in den größten Biergarten des Saarlandes. An mehr als 40 Ständen können über 300 Biersorten aus der ganzen Welt getestet werden. Ein Höhepunkt ist sicher die afrikanische Mongozo Hütte, in der man Biersorten mit Mango-, Kokos- oder Bananengeschmack aus afrikanischen Trinkschalen trinken kann.
www.bierboerse.com

Kiekeberg 29. Mai

Bier zählt zu den ältesten Nahrungsmitteln. Bevor Großbrauereien den Markt bestimmten, wurde lange Zeit auf Höfen und in Gasthäusern für den eigenen Gebrauch gebraut. Diese alte Tradition wird im Freilichtmuseum Kiekeberg unter blühenden Obstbäumen aufleben gelassen. Zwischen Reet gedeckten Häu-

sern bummeln und immer mal ein 0,1 Liter Glas Bier verkosten – bis man das Richtige trifft... Denn das selbstgebraute Bier findet immer mehr Anhänger. Alles was dafür benötigt wird, gibt es beim norddeutschen Biertag in Kiekeberg. Eintritt: 7 Euro.
www.kiekeberg-museum.de

Leipzig 17.-19. Juni

Die Leipziger Bierbörse ist das größte Open-Air-Bierfestival in Sachsen. In diesem Jahr wurde es auf das Gelände der Alten Leipziger Messe verlegt. 90 Brauereien und Aussteller machen daraus einen riesigen Biergarten. Das Angebot reicht von traditionellen Bieren aus der Heimat bis zu Raritäten von allen fünf Kontinenten.
www.bierboerse.com



PANDARAU/HEISCHBERGER

Darmstadt 30. Juni bis 4. Juli

Karussell, Kultur, Kulinarisches und natürlich viel Musik. Das Darmstädter Heinersfest gehört zu den größten Innenstadtfesten Deutschlands. Seit 1950 findet es jedes Jahr am ersten Juli-Wochenende statt. Neben viel Bier gibt es auch alles, was ein Volksfest ausmacht.
www.darmstaedterheinerfest.de

Forchheim 23. Juli bis 1. August

Weit über die Stadtgrenzen bekannt ist das Forchheimer Annafest, das immer um den 26. Juli herum, dem Namenstag der Mutter Marias, der Heiligen Anna, stattfindet. Und das bereits zum 171. Mal. 20 Bierkeller machen den Forchheimer Kellerwald an diesen Tagen zur Feiermeile. Unter den Eichen und Buchen sorgen fröhliche Fahrgeschäfte und Musikkapellen für Stimmung.
www.anna-fest.de

Kulmbach 30. Juli bis 7. August

Schon seit 1939 gibt es die Kulmbacher Bierwoche – eine lange Tradition. Rund 100 000 Gäste besuchen jährlich das Fest. Neun Tage lang steht in der fränkischen Stadt das Bier im Mittelpunkt. Natürlich wird es auch extra gebräutes Festbier geben – und das gleich in dreifacher Ausfertigung, dunkel, mittel und hell. Eines haben sie alle gemeinsam: Süffig sind sie in jedem Fall! Ein Musikprogramm rundet die Bierwoche ab.
www.kulmbacher.de/de/biwo

Berlin 5. bis 7. August

Die Welt zu Gast auf der Genießer-Biermeile ist das vielversprechende Motto des 15. Internationalen Bierfestivals in Berlin. Mehr als 300 Brauereien aus 86 Ländern präsentieren auf der 2,2 Kilometer langen Biermeile ihre Spezialitäten. Für Unterhaltung sorgen die internationalen Künstler auf 18 Bühnen – mit Musik und Show.
www.bierfestival-berlin.de

Hassloch 23. bis 25. September

Das Andechser Bierfest im Haßlocher Ortskern rundet den Biergenuss mit viel Blasmusik ab. An vielen Ständen ist für Speis und Trank gesorgt – auch eine zünftige bayrische Brotzeit zur Maß ist drin. Vom Riesenrad hat man einen traumhaften Blick über Haßloch und die Vorderpfalz. Flohmarkt und Krämermarkt laden zum Bummeln ein.
www.andechser-bierfest.de

Stuttgart 23. September bis 9. Oktober

Das Cannstetter Volksfest auf dem Waisen gilt bei Insidern als die Alternative zum Münchener Oktoberfest. Es ist eines der größten Bier- und Volksfeste weltweit. Sieben herrlich geschmückte Festzelte in denen es hoch her geht, zwei Weinzelte und zahlreiche Biergärten bieten alles, was das Herz begehrt. Zusätzlich gibt es zahlreiche Fahrgeschäfte und Vergnügungsbetriebe, einen Festumzug am 1. Sonntag und als Höhepunkt ein Musikfeuerwerk.
www.cannstatter-volksfest.de

Alle Angaben ohne Gewähr