





Fruchtig, würzig und viel Säure –

Capital-Fachleute testen Edelbiere (v.l.): Billy Wagner (Sommelier Weinbar Rutz), Michael Schwab (Chef der Minibrauerei Brewbaker), Frank Waldecker (Chef Restaurant Meisterstück, Gastgeber), Jochen Rosinus (Vertriebsleiter Braufactum), Sylvia Kopp (Bier-Sommelière), Dirk Hoplitschek (Bier-Fachautor), Kolja Kleeberg (Küchenchef Restaurant Vau)

Schäume sind Träume

Bier. Ein Volksgetränk wird vornehm: Immer häufiger stehen Spezialitäten kleiner Brauereien auf den Karten gehobener Lokale. Sieben Experten stoßen an

Heute kein Wein:
Topsommelier
Billy Wagner labt
sich am Zirndorfer
Kellerbier



Text: Nina Anika Klotz
Foto: Wolfgang Stahr

Champagner zum Matjes? Oder Riesling? Bloß nicht! So viel war Kolja Kleeberg klar, als er vor 15 Jahren ein deftiges Amuse-Gueule kreierte. Bier musste her. Nur: Viel Auswahl gab es nicht. Am Ende setzte er den Gästen ein gewöhnliches Pils einer gewöhnlichen Großbrauerei vor. Nicht toll. Aber was sollte er machen?

Jetzt sitzt der Chefkoch des Berliner Vau (ein Michelin-Stern, 17 Gault-Millau-Punkte) zusammen mit ein paar anderen Geschmacksinstanzen der Republik am rustikalen Holztisch und führt ein Glas mit honiggelbem Pale Ale zum Mund. Ein Schluck, und schon geht es los: angenehme Säure. Nicht zu fruchtig, eher würzig, leicht erdig. Erfrischend! Kleeberg wischt sich den Schaum vom Schnauzer. „Genau so was hätte ich vor 15 Jahren schon gebraucht!“

Oder vielleicht ein Berliner Sauerbier? Gastgeber Frank Waldecker schenkt die nächste Runde ein. Leicht, grapefruitig, mit einer charmanten Butternote. Und wie wäre es mit einem Bier zum Dessert? Belgisches Rotbier, cremig, mit dem Geschmack von Bitterschokolade und Kaffee. Waldecker zieht eine dunkle, verkorkte Flasche aus dem Champagnerkühler, schenkt ein. „Mh, feine Balsamicoessig-Noten“, bemerkt der eine. „Samt und Säure gut ausgewogen“, der andere. Ein Burrata wäre die perfekte Abrundung.

Fruchtig, würzig, viel Säure, wenig Säure – Vokabular, das man von der Weinverkostung kennt. Richtig: Bier ist der neue Wein. In Zeiten des Koch-TV-Booms, in denen sich jeder Deutsche als Feinschmecker und Weinkenner wähnt, geht es jetzt an die letzte Ecke der Speise- oder besser gesagt Getränkekarte: ans

Bier. Dem, seien wir ehrlich, immer etwas Derbes, Unfeines anhaftet.

Ein Volksgetränk wird vornehm. Selbst in deutschen Spitzenrestaurants muss man sein Bier nicht mehr verschämt, fast schon entschuldigend bestellen. Vau-Chef Kleeberg lud neulich zum Fünf-Gänge-Biermenü mit Spezialitäten der Brooklyn Brewery. Das Sorachi Ace dieser US-Spitzenbrauerei serviert auch das Drei-Sterne-Aqua in Wolfsburg.

In der Weinbar Rutz in Berlin (ein Michelin-Stern, 17 Gault-Millau-Punkte) schenkt Billy Wagner, vom Gourmetmagazin „Falstaff“ soeben zum Sommelier des Jahres gekürt, gern ein eigens für das Sternerestaurant gebräutes Champagnerbier aus der Privatbrauerei am Rollberg in Neukölln aus, eine besonders feinerliche und mit Champagnerhefe flaschenvergorene Bierspezialität.

Schöne neue Bierwelt. Auf Anregung von Capital hocken zusammen: zwei Sommeliers, ein Brauer, ein Wirt, ein Fachautor, ein Gourmetkoch und ein Bierhändler. Auf den Tisch kommen handwerklich gefertigte, außergewöhnliche Biere aus kleinen Brauereien in Belgien, den USA und Deutschland. Die Probetrinker schmecken neu gezüchtete Hopfensorten heraus, diskutieren über die Vorzüge der Fasslagerung und ob Bezeichnungen wie Cuvée und Grand Cru auf Bierflaschen gehören.

Die Gruppe sitzt, passender könnte es für diesen Anlass nicht sein, im Restaurant Meisterstück, das Frank Waldecker vor Kurzem am Berliner Hausvogteiplatz eröffnete. Premium, aber gemütlich, mit Holzmöbeln und Kuckucksuhren. Mittags essen hier die Mitarbeiter des Justizministeriums, abends die Anzug-und-Krawatte-Touristen. Die Speisekarte ist deftig, die Wahl des Getränks zwingend: Was soll man zu Brat- und Blutwurst schon anderes trinken als Bier? 70 Sorten stehen zur Auswahl, das hat fast die Ausmaße einer gut sortierten Weinkarte.

Kein Bier für die „Sportschau“

Ein Drittelliter kostet hier schnell 15 Euro. Über den Preis spricht Waldecker oft, er will keinen Ärger bei der Rechnung: Wie kann es sein, dass vier Leute, die Würstel gegessen und „nur“ Bier getrunken haben, am Ende des Abends 250 Euro zahlen?

Antwort: Weil das Bier kein Industriebier ist, das man zur „Sportschau“ aus der Flasche zischt. Weil seltene Zutaten verwendet werden. Weil es mitunter lang

gelagert und oft in sehr geringen Mengen von Hand gemacht wird.

Im in Sachen Edelbier unerfahrenen Bierland Deutschland muss sich das erst mal etablieren – bei den Männern (Frauen sind da, so ist zu hören, aufgeschlossener), die an ihrem Köpi oder Edelstoff hängen. Also Probeschluckchen. Wie schmeckt Ihnen dieses, darf's davon ein Glas sein?

Sebastian Bordthäuser, Sommelier im Restaurant Zur Alten Post in Bad Neuenahr-Ahrweiler (zwei Michelin-Sterne, 19 Gault-Millau-Punkte), postuliert Ungeheuerliches: Bier kann genauso aufregend sein wie Wein. Es folgt natürlich ein Wenn. „Wenn man gutes Bier wie einen guten Wein genießt – statt abendlich zwei Liter in sich reinzuschütten, um sich runterzuhopfen.“ In einer Runde von sechs Leuten überzeugt Bordthäuser immer häufiger ein oder zwei, zu den sieben Gängen sieben passende Biere zu kosten. „Leider bekommen die kaum etwas davon ab, weil jeder am Tisch probieren will.“

Was Bordthäuser und seine Kollegen ausschenken, ist Laien oft unbekannt. Während die Fernseh Bierindustrie fast nur Helles (oder Pils oder Kölsch, je nach Region), Weizen und ein bisschen Altbier produziert, wagen die Macher der edlen Biere sich an außergewöhnliche Brauarten: India Pale Ale, Stout, Gewürz- oder Fruchtbier. Es gibt mehr als 100 solcher Arten, die in Deutschland fast vergessen sind. Manche schmecken extrem nach Getreide, andere nach Aprikose und Zitrusfrucht, oft ist eine Honignote dabei, manchmal etwas Grasiges – aber nichts schmeckt leicht metallisch oder leer wie vieles aus der Halbzeitwerbung.

Die meisten Edelbrauer sind virtuose Einzelkämpfer. Die ihr Handwerk in einer der großen Brauereien gelernt und beschlossen haben, etwas ganz anderes zu wagen. Oder die quereingestiegen sind, ihre eigene Marke gegründet haben. Wie die zwei Ex-Unternehmensberater aus München. Ihre „Crew Ale Werkstatt“ macht Bier nach klassisch amerikanischer Brauart und mischt die Gastroszene im Glockenbachviertel auf.

Das Angebot wächst. Mittlerweile haben auch altgediente Brauereien den neuen Markt entdeckt. Alpirsbacher Klosterbräu etwa, die Brauerei S. Riegele in Augsburg oder Ratsherrn in Hamburg, ein altes Label, das wiederbelebt wurde.

Eine ganze Zunft, die erneut in die Lehre geht. Mit Nachdruck werden Bier-Sommeliers gesucht, Hoteliers schicken ihre Weinexperten reihenweise zur Nach-

schulung. An der Fachakademie Doemens in Gräfeling wollte man den Ausbildungsgang Bier-Sommelier nur einmal im Jahr anbieten, sagt Leiter Wolfgang Stempf. Eigentlich. Die Nachfrage ist so groß, dass die Schule mittlerweile zehn bis zwölf Kurse jährlich abhält. Alle ausgebucht.

Und schon gibt es die ersten Stars der Szene – im Ausland. Hoch im Kurs stehen die wilden Kreationen des Biervirtuosen Teo Musso aus dem Piemont. Oder die etwas punkigere Variante Brewdog aus Schottland. Oder das Bier der Samuel-Adams-Brauerei in Boston. Oder die Gebraue von Rodenbach aus Belgien.

Toprestaurants in Belgien, Italien und Dänemark haben die Bierkarte schon etabliert. Viele der gefeierten Sorten kommen aus diesen Ländern. Mit ein bisschen Weitsicht über deutsche Grenzen hinaus hätte man den Trend also kommen sehen können. Ausgerechnet die Bundesbierrepublik läuft ihm nun hinterher.

Erklärungsversuche. Nehmen wir den von Garrett Oliver, Fachautor und Braumeister der Brooklyn Brewery in New York. Oliver ist einer der Anführer des Megatrends. Ein Filmemacher, der

anfang, sein eigenes Bier zu brauen: „Aus der Not“, wie er sagt. Seine Kurzversion für Deutschlands Rückstand: Das deutsche Bier sei „einfach zu okay“, als dass normale Trinker aufbegehren würden.

Um das zu verstehen, braucht man doch die Langversion. In der dann von der Prohibition in den USA die Rede ist, als drei Großbrauereien den gesamten Markt kapern konnten: Anheuser-Busch, Miller und Coors. Biertrinker hatten die Wahl zwischen Industriebier, Industriebier und Industriebier – oder selbst Gebrautem. Oliver spricht von den 70er-Jahren, in denen die Regierung der wachsenden Zahl der Homebrewer erlaubte, ihr Bier zu verkaufen, in denen eine regelrechte Craft-Beer-Bewegung entstand. In Amerika gibt es noch heute mehr als 1800 Klein- und Kleinstbrauereien.

In Deutschland dagegen sei Bier so eng mit der Kultur verbunden, dass die Leute es als die normalste Sache der Welt empfänden. In Deutschland trinke man jährlich gut 100 Millionen Hektoliter einfach so gedankenlos weg. „Wie Wasser aus dem Hahn: immer und überall ausreichend verfügbar und dabei fast umsonst.“ ▶



Gute Füllhöhe:
Frank Waldecker, Chef im
Meisterstück, schenkt das
Rauchweizenbier Roog
vom Label Braufactum ein

Der Preis. Die Deutschen, traditionell geizig, was Lebensmittel angeht, sind beim Bier besonders knickrig. Der Deutsche Brauer-Bund klagt seit Jahren, dass aufgrund gestiegener Rohstoffpreise der Preis nach oben korrigiert werden müsse, Bier sei hierzulande viel zu billig. Vergebens.

Großbrauereien liefern sich seit Jahren derbe Preisschlachten, denn gekauft wird, was wenig kostet. Oettinger, die beliebteste Biermarke der Deutschen mit einem jährlichen Ausstoß von mehr als sechs Millionen Hektolitern, bietet seinen Zehn-Liter-Kasten für unter 6 Euro an.

Und jetzt also Luxusbier. Bei Gourmetbieren kostet schon die Flasche mindestens 3 bis 4 Euro, viele sogar 10 bis 15 Euro. Man kann bis zu 80 Euro für einen Dreiviertelliter loswerden.

Kein Wunder, dass die deutsche Bierrevolution nicht von unten, sondern von oben anfängt. Sommelier Bordthäuser umreißt die Klientel als „Leser anspruchsvoller Kochmagazine und regelmäßige Besucher der Trend- und Hochgastronomie“. Selbst in seine Weinempfehlungen schmuggelt er gern mal ein Bier. „Da stau-

nen die Gäste erst, aber bisher hat es noch jeder Weinliebhaber gern probiert.“

Edelbier funktioniert im Grunde wie Wein. Marc Rauschmann, Chef des Bierlabels Braufactum, einer Tochter der Raabeberger Gruppe (Jever, DAB), hat das besonders früh erkannt. Sein Slogan: „Bei uns heißen Winzer Braumeister.“

Auch Rauschmann hat Weintrinker als ideale Zielgruppe ausgemacht. Immer interessiert, wo Produkte herkommen. Immer liquide. Gern bereit, viel für ihr Genusserlebnis zu bezahlen. Schon als der gelernte Braumeister und Wirtschaftsingenieur vor eineinhalb Jahren in den Markt einstieg, suchte er die Nähe zur Weinbranche. Er hat auf der Prowein in Düsseldorf ausgestellt und eine Kooperation mit dem Verband Deutscher Prädikatsweingüter (VDP) angestoßen.

Andere etablierte Brauereien ziehen nach. Weihenstephan hat das Degustationsbier Infinium auf den Markt gebracht, Duckstein die Duckstein Edition. Sämtliche Großkonzerne tüfteln an ihrer Variante des kleinen Feinen, verrät ein Branchenkenner.

Bordthäuser sieht das positiv: „Der Riesenrummel ist doch großartig – als Wegbereiter für die kleinen Brauereien.“

Brewbaker-Chef Michael Schwab ist so ein kleiner. Er mache ja schon lange solche Manufakturbiere, sagt der Berliner Braumeister, nur habe er dafür noch nie so viel Aufmerksamkeit bekommen. Auch sein Bier Berlin IPA hat es auf die Karte im Meisterstück geschafft, zwischen belgisches Himbeerbier und italienischen Barley Wine. Die Brewbaker-Flaschen sind nicht so schick, die Abfüllung in Champagnerflaschen durch eine Sektellerei kann Schwab sich nicht leisten. Noch nicht.

Muss er vielleicht gar nicht. Zum Schluss der Bierprobe im Meisterstück serviert Gastgeber Waldecker Zirndorfer Kellerbier in eisgekühlten Steingutkrügen. Handwerklich einwandfreies, fränkisches Traditionsbier, edel auf schlichte Weise, keine Aroma-Explosion wie bei den Manufakturbieren. Den Fachleuten schmeckt es ausgezeichnet.

Und auch das ist wie bei jeder Weinprobe: Das Beste ist das Bier danach. ■

Einschenken



AMBROSIUS

Alpirsbacher Klosterbräu
Sebastian Bordthäuser:

„Im Antrunk eine fruchtige Note, kandierete Zitrone, etwas Maracuja. Im Abgang malzig und stark hefig, cremiges Mundgefühl.“
Tippott-Ware.“ 0,75 Liter, 8,45 Euro



HELLES

Privatbrauerei
Am Rollberg

Billy Wagner: „Unser Hausbier! Gewinnt mit der Reife im Fass an Tiefe und Komplexität. Steht mit Schmackes am Gaumen.“ Nur Fassausschank, siehe www.rollberger.de



TAP X

Schneider Weisse
Sebastian Bordthäuser:

„Banane, Noten von Ananas und Muskatblüte. Feinperlige Kohlensäure, weiches Mundgefühl, sehr sanfte Hopfenbitterkeit.“ 0,75 Liter, 17 Euro (wieder ab August erhältlich)



WEISS-GOLD

Meckatzer Löwenbräu
Billy Wagner:

„Das ist ein wunderbares typisch deutsches Bier. Mit seiner angenehmen Hopfen-Hasch-Geschmacksnote hat es einen wirklich guten Trinkfluss.“ Neunmal 0,33 Liter, 17,40 Euro



HERZBLUT IPA

Pyrazer Landbrauerei
Sylvia Kopp:

„Exotische Früchte, Vanille, waldwürziges Moos. Gewichtige Bittere bändigt den vollen Malzkörper. Vielschichtig. Gut zu Bitterschokolade oder edlen Rauchwaren.“ 0,75 Liter, 15,90 Euro



CREW PALE ALE

Crew Ale Werkstatt,
München

Sylvia Kopp: „Obergäriges Bier englischer Art. Exotischer Duft, durchtrainierter Körper. Für Einsteiger ins bittere Segment genau richtig. Gut zu pikantem Fingerfood.“ 20 mal 0,33 Liter, 26,90 Euro



BERLIN IPA

Brewbaker, Berlin

Billy Wagner: „Gutes India Pale Ale der kräftigen Sorte. Wie bei Wein

gilt für mich: Die Lust auf noch eines steht vor Exotik und ungewöhnlichem Geschmack. Trifft hier voll zu.“ 0,75 Liter, 4 Euro



PROGUSTA

Braufactum

Sebastian Bordthäuser: „Deutliche Hopfennote, riecht etwas nach Gras.

Fruchtige Obertöne nach Steinobst und kandierten Früchten. Im Mund etwas Zucker und stoffig-opulente Ausgewogenheit.“ 0,75 Liter, 10 Euro



SYLTER HOPFEN

Westindien Compagnie

Sylvia Kopp: „Untergärig. Dank zweiter Fermentation in der Flasche mit

Champagnerhefe: fruchtige und zitrusartige Aromen, dezente Säure, feine Perlage. Köstlich zu milden Fischgerichten.“ 0,75 Liter, 20 Euro