

„Craft Beer“ für Deutschland – die Biere der Braufactum-Kollektion

Von Falk Osterloh

Bier ist großartig. Bier ist anregend, vielfältig und ein Kulturprodukt allerersten Rangs. Doch in Deutschland hat das Bier zunehmend ein Imageproblem. Zu einheitlich sei es hierzulande, heißt es. Aus den Zapfhähnen komme immer nur Pils, Weizen, Schwarzbier. Zudem enge das deutsche Reinheitsgebot die Kreativität der Brauer ein. Und für viele Konsumenten ist Bier noch immer nicht viel mehr als das möglichst kalte, möglichst milde Pils, das man nebenbei trinkt und von dem eins schmeckt wie das andere.

Bierliebhaber haben sich daher aufgemacht, ein Bewusstsein für die Möglichkeiten von Deutschlands Kulturgetränk Nummer eins zu schaffen. Einer von ihnen ist Dr. Marc Rauschmann. Seit knapp zwei Jahren nun versucht er, dem deutschen Biermarkt mit seiner Kollektion an Braufactum-Bieren mehr Breite und Tiefe zu geben – einer Kollektion, die neben handverlesenen Importen auch neue, in Deutschland gebaute Biersorten umfasst. Ungewöhnlich erscheint daran auf den ersten Blick, dass das Ganze von der Radeberger Gruppe, Rauschmanns Arbeitgeber, bezahlt wird, einer der großen Braugruppen Deutschlands, die mit ihrem Flaggschiff Radeberger Pilsner mit einstimmt in den Chor der aroma- und bitterhopfenarmen Einheitlichkeit auf dem deutschen Pilsmarkt. Auf den zweiten



BRAUFACTUM
FEINE BIERKULTUR

Dr. Marc Rauschmann
Fotos: Braufactum

Blick ist dieses Engagement jedoch nur folgerichtig, erweitert die Radeberger Gruppe doch schon seit Jahren ihr Portfolio durch den Zukauf kleiner und mittelständischer Brauereien. Und auch wenn einige deutsche Brauereien in den letzten Jahren ebenfalls teure neue Kreationen auf den Markt gebracht haben, ist die Radeberger Gruppe mit ihrer Braufactum-Kollektion auf dem noch jungfräulichen Marktsegment der sogenannten Gourmetbiere bislang unumstrittener Platzhirsch. Begonnen hat alles vor zwei Jahren. Rauschmann und sein Kollege Thorsten Schreiber hatten eine Vision. Doch wie sie ihren Vorstellungen Gestalt geben könnten, wussten sie noch nicht. „Für einige Mo-

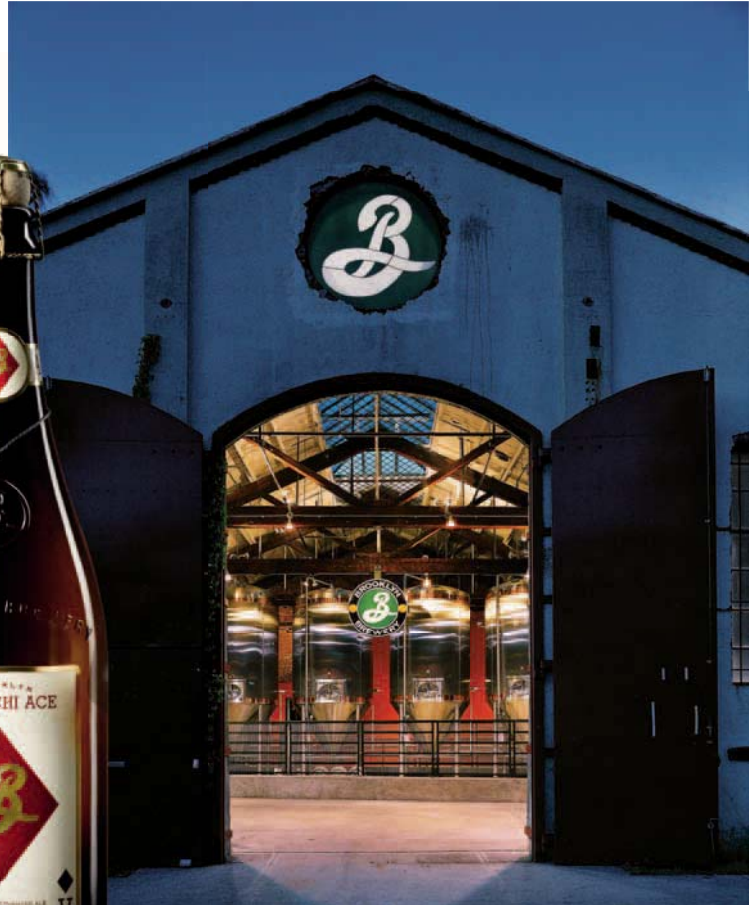
nate führen wir Anfang 2010 durch die USA und Europa und besuchten erfolgreiche und innovative „Craft Breweries“, sagt Rauschmann. Darunter waren die legendäre Anchor Brewery in San Francisco, die Sierra Nevada Brewing Company im kalifornischen Chico, die Brooklyn Brewery in New York, Marston's in Nordengland, die Birrificio Italiano in der Lombardei und Rodenbach im flämischen Roeselare. „Dabei haben wir viel gelernt“, erinnert sich der 43-jährige Brautechnologe, „vor allem, wie man Bier gut behandelt.“ Allgemein sei der Umgang mit Bier in der amerikanischen „Craft Beer“-Szene ein anderer gewesen als in Deutschland. „Die Kellner in den Bars kennen sich hervorragend aus.

Der Einzelhandel weiß, wie man Bier behandeln muss, und stellt es nicht ins Schaufenster, wo es tagelang dem Sonnenlicht ausgesetzt ist“, lobt der Braufactum-Geschäftsführer.

Und als Rauschmann und Schreiber Mitte 2010 die Internationale Brau-Manufacturen GmbH gründeten, war ihnen klar: Sie wollten nicht nur eigene Biere in ihre Kollektion aufnehmen, sondern auch solche internationaler Brauereien. Und sie wollten ihr Bier ebenso liebevoll und professionell behandeln, wie sie es erlebt hatten.

Die erste Braufactum-Kollektion umfasste 33 Biere. Für acht von ihnen entwarf Rauschmann mit anderen Braumeistern verschiedener deutscher Brauereien die Rezepte. Ziel war es dabei, entweder alte Sorten neu zu interpretieren, zum Beispiel ein obergäriges rheinisches Bitterbier und ein deutsches Porter, oder internationale Sorten nach Deutschland zu bringen, zum Beispiel in Form eines India Pale Ales oder eines Scotch Ales. Schließlich wurden auch deutsche und internationale Sorten kombiniert, wie bei dem Weizen IPA. Die Rezepte wurden in Versuchsbrauereien ausprobiert, etwa in der Doemens Akademie, das Malz kam von Weyermann aus Bamberg. Heute stellt der Braufactum-Braumeister die Biere in verschiedenen kleinen Brauereien her.

Von den ausländischen Brauereien kommen darüber hinaus Biersorten, die in Deutschland bislang kaum bekannt sind, zum Beispiel



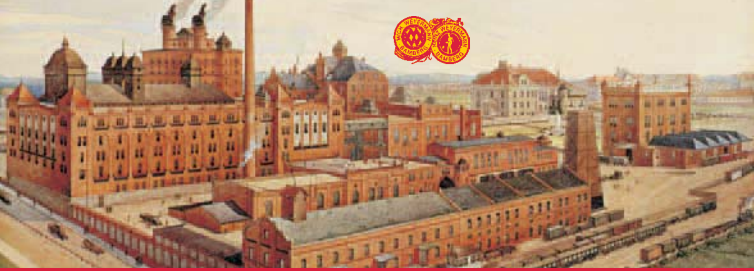
ein Geuze und zwei Lambic-Fruchtbieren

aus der Brauerei Boon im legendären Lembeek nahe Brüssel oder zwei in Whiskey-Fässern gelagerte Porter aus der schottischen Brauerei Har-

viestoun sowie ein ebenfalls in Holzfässern gelagertes Imperial Stout aus Kalifornien. Dazu sind Pale Ales, Amber Ales aus den USA, ein Old Ale aus England, Tripel aus Belgien und den USA sowie ein dunkles

Anzeige

WEYERMANN® SPEZIALMALZE



Brennerstraße 17-19 · D-96052 Bamberg · www.weyermann.de



Weizen und ein Frucht-
bier aus
Italien im
Sorti-
ment. Und
schließ-
lich gibt
es noch
Gewürz-
und Ho-
nigbiere
aus einer
kleinen
Brauerei
im Piemont.

„Wichtig war uns die Einhaltung der geschlossenen Kühlkette“, sagt Rauschmann. „Wenn Biere heute zum Beispiel mit Schiffen nach Deutschland transportiert werden, kommt es vor, dass sie in den Containern für eine längere Zeit im Hafen liegen.“ Im Sommer könne es darin schnell bis zu 60° Celsius warm werden. Das habe einfach einen Einfluss auf den Geschmack. „Unser Logistikpartner holt die Biere deshalb im Kühltransporter von den Brauereien ab und hält sie gekühlt, bis sie den Getränkemarkt erreichen“, erzählt der gebürtige Hesse, der an der Berliner Versuchs- und Lehranstalt für Brauerei (VLB) stu-

diert hat. „Ohne diese Kühlkette hätten die Brauereien uns ihr Bier auch gar nicht zur Verfügung gestellt.“

Mit dem Erfolg seines Unternehmens ist Rauschmann bislang sehr zufrieden. Erhältlich sind die Braufactum-Biere mittlerweile in über 85 Getränkemarkten von Kiel bis Rosenheim. Dazu noch in über 100 Restaurants, die die Biere als Alternative zum Wein zu hochwertigen Speisen anbieten. „Wir machen auch viele Verkostungen“, sagt Rauschmann. „Im März kommt dazu zum Beispiel der Braumeister der Brooklyn Brewery, Garrett Oliver, nach Deutschland.“

Ziel von Rauschmann und seinem Team ist es, den deutschen Markt nachhaltig zu beeinflussen: „In Amerika hat das ‚Craft Beer‘ einen Anteil von fünf Prozent am gesamten Markt. Das hat allerdings auch 30 Jahre gedauert. Ich wäre sehr froh, wenn wir in Deutschland eine einstellige Prozentzahl erreichen könnten.“ Rauschmann glaubt, dass „Craft Beer“ auch in Deutschland seinen Siegeszug antreten wird und sich die Menschen

auch hier für neue Biersorten interessieren werden. Mit seiner Braufactum-Kollektion hat er es dabei geschafft, ein erstes, gut sichtbares Ausrufezeichen zu setzen. Und auch wenn nicht alle Biere der Kollektion einhalten, was das exklusive Marketing verspricht, so bringt sie doch einige großartige Biere an deutsche

Gaumen
(siehe
Verkos-
tung im
nächsten
Heft).



European Beer Star

Von Lars Seyfrid, Kampagne für gutes Bier e.V.



2011 fand zum inzwischen achten Mal der European Beer Star, der bedeutendste Verkostungswettbewerb für Bier in Deutschland, statt. Mit 1113 eingereichten Proben konnte die Veranstaltung die Anzahl der Biere um beachtliche 16 Prozent steigern.

„Unendliche“ Steigerungen in einem professionellen Verkostungswettbewerb sind allerdings kaum möglich, da im Sinne der Aufrechterhaltung der Professionalität diverse Grenzen existieren. Die vorrangige Grenze ist die Zahl der geeigneten Verkoster. Sensorisch gebildet sind sicherlich die meisten Brauer und sofern sie sich in einem Umfeld der Neutralität (z. B. Blindverkostung und eindeutige Sortenbeschreibungen) bewegen, kann man auch von einer objektiven Verkostung und Bewertung ausgehen. Die Branche hat inzwischen eine angemessene Anzahl von Biersommeliers ausgebildet. Deren Ausbildung ist nicht rein auf die Belange eines technisch korrekten Biers ausgelegt, sondern honoriert auch Individualität. Somit kann dieser Verkostungswettbewerb auch in eine Richtung gehen, die dem Verbraucherwunsch nach Qualität und Differenzierung gerecht wird. Der Weg hin zu einer umfassenden Veranstaltung könnte aber noch weit sein, so bietet der erst 2001 initiierte deutsche Weinpreis Mundus Vini bereits über 6000 eingereichte Proben, die von ca. 270 Juroren aus fast 50 Ländern bewertet werden – bei solchen Zahlen ist der European Beer Star noch lange nicht angelangt.

Interessant wird das Ganze für uns Verbraucher allerdings erst dann, wenn es darum geht, ob die prämierten Biere unsere Gunst gewinnen. Allerdings muss ein prämiertes Produkt dann auch verschiedene Hemmschwellen des freien Handels in Deutschland überwinden. Hinderlich sind hier das Mehrwegsystem, Gastkredite, die Billig-Mentalität und unsere unbändige Treue zur Geschmackskonformität. – Mangelhaft ist schon einmal die Pressearbeit, die für die hochinteressanten Ergebnisse gemacht wird. So taucht auf den ersten drei Google-Ergebnisseiten nicht eine Meldung einer Publikumspresse zu den Ergebnissen des aktuellen European Beer Stars auf. Die Selbstbestätigung des Wettbewerbs im Rahmen der Nürnberger Fachmesse BRAU ist verständlich, aber darüber hinaus dringt über die Veranstaltung nichts an die Öffentlichkeit. Zumindest eine anschließende „Roadshow“ für Journalisten der Publikumspresse wäre angebracht.

Welchen Nutzen hat die Auszeichnung für die prämierten (ausländischen) Brauereien? Giovanni Campari, Braumeister der hoch dotierten italienischen „Birrificio del Ducato“ beschert die Prämierung noch lange kein Geschäft in Deutschland, wie er auf Anfrage bestätigt. Ähnliches bekundet Jorgen Rasmussen von der dänischen Brauerei Hornbeer und Gleiches gilt für Ronald Mengerink von der belgischen Brauerei „De Dochter van de Korenaar“.

Der ausgiebigste Austausch fand allerdings mit der tschechischen Brauerei „Primator“ statt, die in vielerlei Hinsicht ein potenziell populäres

Bier für Deutschland produziert. Die Exportmanagerin Lenka Matoulkova freut sich zwar über die Auszeichnung, scheitert mit einer Einführung ihres Produkts auf den deutschen Markt allerdings am Thema Mehrwegflasche, genauer gesagt an der Differenz zwischen 15 Cent Produktionskosten zu acht Cent pro Flasche, mit denen das Bier in Deutschland bepfandet wird. Da sie davon ausgehen muss, dass die Flaschen zum großen Teil nicht zurückkehren werden, kann sie die Differenz preislich nicht kompensieren. – Keine Frage, es ist noch ein weiter Weg, bis es in Deutschland zu einer wirklich breiten Vielfalt kommen kann.

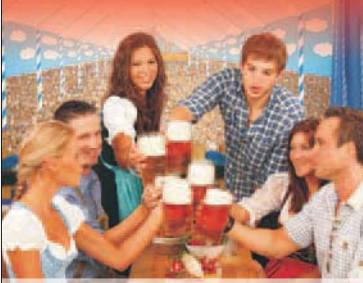
Anzeige

Ihre Party Bierdeckel von der

AR

Die Untersetzerfabrik

.... Bierdeckel gehören schon lange nicht mehr nur auf den Stammtisch. Sie runden das perfekte Design einer jeden Party oder eines schön gedeckten Tisches ab. Mit Ihren individuellen Motiven können wir schon kleinste Stückzahlen von Papp-Untersetzern in höchster Bierdeckel-Qualität bedrucken.



www.untersetzerfabrik.de