



Foto: Die Bierothek Bamberg

Der neue Kult ums Bier

Eine Riege junger Bierbrauer, -trinker und -liebhaber, Unternehmer und Strategen erfinden gemeinsam mit dem Zeitgeist die hiesige Bierkultur neu. Moderne neue Bier-Stores in vielen Innenstädten huldigen dem Biergenuss mit Raffinesse und Expertise.

von Konny Scholz

Incentive Brewing, Tasting und Open Bottle heißen die Zusammenkünfte, zu denen sich Biertrinker neuerdings abseits von Bierzelt, Blasmusik und Fernseh-Fußball-Couch versammeln. Zwischen Hamburg und Bamberg sind in den letzten Monaten eine ganze Reihe neuer innerstädtischer Stores entstanden, die besondere Biere verkaufen und „Bierseligkeit“ topmodern in Szene setzen. Diese Stores und ihre Aktivitäten erwecken durchaus den Eindruck, hier wird gerade das Bier neu erfunden und mit ihm der Bierkonsum und dessen Verkaufsstrukturen. „Der klassische Handel mit Bier ist ganz anders eingestellt. Dort redet man über Hektoliter und Rückvergütung, wir reden über Eleganz und Exzellenz von Bieren“, so Christian Klemenz, der in Bamberg eine moderne Biermarke neuen Typs sowie das Storeformat Die Bierothek gründete.

Auslöser der neuen Bier-Bewegung sind jedoch weniger die neuen Stores als vielmehr ein internationaler Trend zum Spezial-Bier, zum handwerklich gebrauten Craft Beer, zum Gewürzbier der unabhängigen Brauerei oder dem Individualrezept von innovativen Mikro-Brauereien. Zur wachsenden Popularität neuer und

alter Biere aus der Manufaktur tragen Streetfood-Märkte, Genuss-Days und Gourmet-Festivals bei, die sich regelrecht epidemisch von den Großstädten in die Mittel- und Kleinstädte ausbreiten. „Es ist eine logische Entwicklung angesichts der Konzentration im Lebensmittelmarkt, die zu geschmacklicher Einheitlichkeit führt, dass sich die Leute auf gutes Essen, gute Weine, Wässer und eben auch Biere besinnen. Feinkost- und Weinläden gibt es überall – warum also nicht auch Bier-Shops?“, sagt Martin Schwenke, einer der Gründer des Stores Birretta in Regensburg.

Craft Beer

Und natürlich sind auch die Großbrauereien auf den neuen Biertrend aufgesprungen. „Grundsätzlich begrüßen wir den Trend hin zu Craftbieren und Bierspezialitäten sehr. Das neu erwachte Interesse für Bier bewirkt, dass sich die Verbraucher wieder stärker mit dem Aromenreichtum des Produkts, seinen Rohstoffen und dem komplexen Brauprozess auseinandersetzen“, sagt Thomas Graf von der Bitburger Braugruppe, die eine eigene Craftbier-Marke auf den Markt brachte.

In den USA schon einige Jahre länger ein Thema, hat die Sparte Craft Beer, die die in kleinen Manufakturen handwerklich gebrauten Biere zusammenfasst, gemessen am gesamten Biermarkt laut Christian Klemenz von Die Bierothek gerade die 10 Prozent-Marke geknackt. Auch in Großbritannien und Skandinavien wird die Lust am kreativen Bier zelebriert. „Insofern war abzusehen, dass das Thema auch hier Fuß fasst“, sagt die Bier-Sommelière Florentine Siemsglüss, Geschäftsführerin des Stores Beyond Beer in Hamburg. „Welche Dynamik es jedoch in den letzten eineinhalb Jahren entfaltet, hat uns dann doch überrascht.“ Nach drei, vier Monaten hatte sich um Beyond Beer nach der Eröffnung im Sommer 2014 bereits eine ansehnliche Fangemeinde gebildet. Eine Konsumententwicklung, kein kurzfristiger Hype, glauben die Beteiligten, sei die neue Lust am Experimentier-Bier. „Schließlich schlägt sich die Orientierung hin zu guten Qualitäten und höheren Preisen ja auch in anderen Produktsegmenten wie Kaffee oder Fleisch spürbar nieder“, so Siemsglüss.

Mit den üblichen Klischees hiesiger Biertradition spielen die neuen Bier-Shops

Bild rechts: In der Hirter Bierathek in Österreich werden auch noch andere regionale Spezialitäten verkauft



Foto: Hirter Privatbrauerei

Foto: Birretta Regensburg



Bild oben: Äußerst stimmungsvolles Ambiente in der Birretta Regensburg

Bild links: Der Auftritt von Beyond Beer in Hamburg ist eher clean



Foto: Beyond Beer

nur am Rande. Ihre Konzepte liegen von der bierdunstschwangeren Brauhaus-Demse uriger Braukeller genauso weit entfernt wie vom reizneutralen Lagerhallen-Layout eines durchschnittlichen Getränkemarkts. Die neue Generation Biershops, wie sie derzeit besonders in den Szene-„Brutstädten“ Berlin und Hamburg und inzwischen auch darüber hinaus entstehen, setzen auf Strahlkraft, Vielfalt und Qualität des Produkts, unterstützt von gemütlichen und/oder minimalistischen Ambientes und der Expertise von Sommeliers und Braumeistern. Oft sind eigene Webshops und kleine Brauereien angegliedert. Die Sortimenten umfassen ein breites Spektrum mehrerer Hundert Biere meist unabhängiger Brauereien. Die stationären Auftritte setzen sich aus Produkt-Regalen für die Präsentation der Flaschen sowie Kühlschränken für „Hopfenbomben“ und gekühlte Flaschen für den Sofort-Verzehr zusammen. Einige Stores verfügen über einen „Taproom“ mit Schanklizenz, Tresen und Sitzplätzen, andere konzentrieren sich auf den Verkauf und behelfen sich mit wöchentlichen Verkostigungen wechselnder Spezialbiere.

Zentrales Element aller Storekonzepte ist ein reichhaltiges Storytelling. Internationale Bierkultur und -tradition bieten ausreichend Stoff dafür. Im Kontrast zum mainstreamigen „Industriebier“ der Großbrauereien und deren Standard-Themen nutzen die neuen Stores verlorengangene, internationale und bisweilen exotische Anekdoten rund ums Bier für ihr flankierendes Beratungs-, Event- und Kursprogramm. Dass Trappistenbiere nur in weltweit 10 Mönchs-

klöstern gebraut werden dürfen und ob ihrer langen Lagerung in der Nähe heiliger Gefilde ein „seidiges Mundgefühl“ entwickeln, erfährt man hier. Und dass es weltweit rd. 150 Bierstile gibt. Über „halbwilde Hefe“ und „Spontangärung“ wird gefachsimpelt, und über „Homebrew Kits“, die das private Bierbrauen zu Hause möglich machen sollen.

redaktion@ehi.org

Hausbrauerei Hieber

Neue Allianzen

Als der Edeka-Kaufmann Jörg Hieber 2006 die stillgelegte Brauanlage eines ehemaligen Brauhauses übernahm, in sein Lörracher Frische-Center integrierte und dort revitalisierte, war dies der erste Supermarkt mit eigener Brauerei. Bis zum heutigen Tage hat sich die Supermarkt-interne Mini-Brauerei bewährt. Das Bier wird nicht nur vor Ort verkauft, sondern auch nach London zu „Herman ze German“ exportiert, einem mit Augenzwinkern deutschtümelnden Bratwurst-Restaurant in London.

www.hieber.de



Von Nord nach Süd

Die neue Bierkultur



Birretta, Regensburg: Gemütlicher Store im Vintage-Look auf einer Fläche von 130 qm in einem ehemaligen Friseursalon. Mit Hilfe des lokalen Multi-Künstlers Korbinian Spiessl wurde die Re-Animation alter Materialien wie Dielen, Fässer und Dauben zum Konzept. Die Theke ist mit gefalteten amerikanischen Bierdosen verblendet.
www.birretta.de



Die Bierothek, Bamberg: Minimalistisch-modernes Konzept auf 40-50 qm, aktuell in Bamberg, Erlangen und Nürnberg, entwickelt von der Innenarchitektin Julia Klemenz.
www.bierothek.de

Beyond Beer, Hamburg: Cleane, minimalistische Innengestaltung skandinavischen Design-Charakters mit Schanklizenz und integriertem Barbereich, wo ständig wechselnde Biere ausgeschenkt werden.
www.beyondbeer.de



Craft Beer Stores, Hamburg und Dresden: Neben den hauseigenen Ratsherrn Craft Beer-Sorten führt der 200 qm große Hamburger Store über 320 verschiedene Bierspezialitäten. Ein Ableger eröffnete in Dresden auf 80 qm mit angegliedertem Keller-Pub.
www.Craftbeerstore.de



Hopfengut: Im Juni 2015 eröffnete in Tettng die Brauerei Hopfengut No 20, die sich zum Ziel gemacht hat, kreative Bierspezialitäten zu entwickeln. Ein kleiner Store ist angegliedert. Atelier 522 entwickelte Markenbild, Logo, Packaging und Ladendesign.
www.dasbrauprojekt.de



Hirter Bierathek: Größter Brauereishop Österreichs, der auf rd. 300 qm neben diversen Biersorten auch Kulinarisches aus der Region, Trachten, Museumsstücke und einen Barbereich umfasst. Das Storekonzept stammt von Stefan Kogler Architecture.
www.hirterbier.at/brauerei/bierathek