

„Mir au“: Das beliebteste Bier

Plakat aus der Gemeinschaftswerbung der Schweizer Brauereien (1952; Entwurf Paul Gusset)



Kamera ab – gesellige Runde in einem Schweizer Gasthaus nach der Feuerwehrrübung, durstige Trompeter und Klarinetistinnen am Ende der wöchentlichen Probe des Musikvereins Harmonie. Vielleicht auch die Wandergruppe, welche unter erheblich erhöhter Atemfrequenz nach Stunden eine Berghütte in den Alpen erklimmen hat. „Jetzt aber es Bier“, ruft der eine. Die Bedienung wird anvisiert und bei Blickkontakt smart angelächelt. „E Stange, bitte.“ Und dann folgt meist ein „Mir au, mir au“ und nochmals ein „mir au“.

Vergangenheitsbewältigung

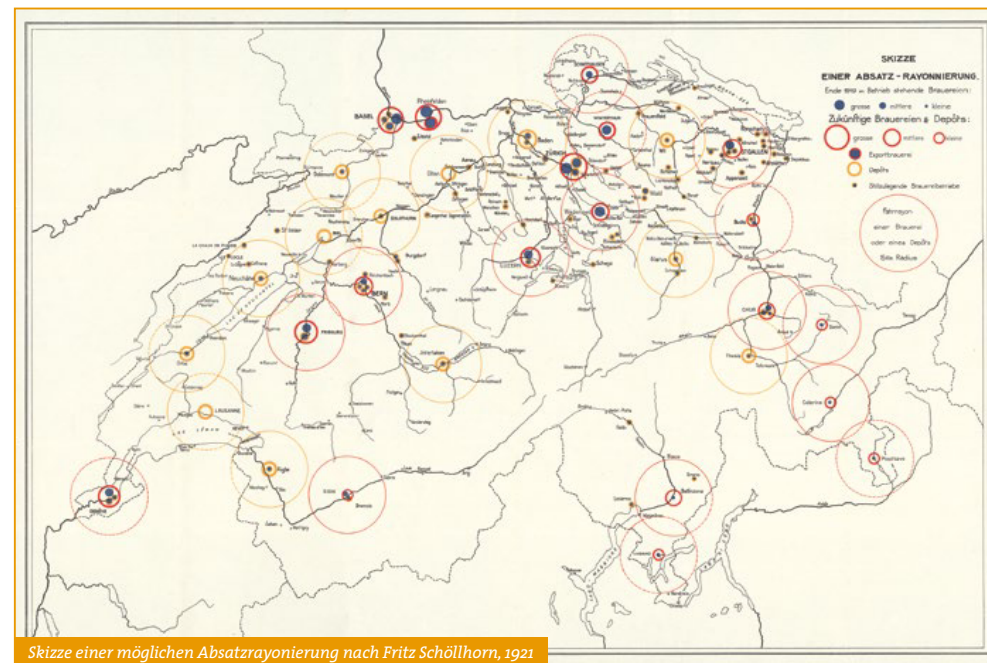
Wir dürfen unseren Vorfahren nicht böse sein, die in einer Wirtschaft wie oben beschrieben agiert haben. Erst mit der Verbreitung der Biervielfalt wurde des Gerstensafts geneigter Freund (und immer mitgezählt die weibliche Spezies) mutiger und hat vielleicht nach dem Bierangebot gefragt. Oft jedoch wurde einfach „ein Bier“ bestellt, das Höchste der Gefühle war noch, dass man zwischen einem Kleinen (33 cl) und Großen (50 cl) wählen konnte.

Noch heute muss dem einen oder anderen erklärt werden, dass die in der Schweiz gebräuchliche „Stange“ keinen Bierstil definiert, sondern einen Glastyp beschreibt. Wer also eine Stange bestellt, hat noch nicht kundgetan, welches Bier es sein soll.

Bierkartell

Nach dem Ende des Ersten Weltkriegs und in der Zwischenkriegszeit sahen sich die Brauereien mit großen Absatzeinbrüchen konfrontiert. Die 1935 in Kraft getretene Konvention der schweizerischen Brauereien (Bierkartell) sollte das Überleben der Betriebe durch geregelte Produkte, Preise und Werbung sichern. Der Biermarkt wurde unter den Braustätten aufgeteilt und sollte zu einer sinnvollen Marktregulierung beitragen.

Die Bierlandschaft war geografisch sehr lokal geprägt, also rund um die eine Brauerei gab es dieses Bier und um die nächste Brauerei das andere. Die Betriebe machten untereinander aus, welches Bier wo



Skizze einer möglichen Absatzrayonierung nach Fritz Schöllhorn, 1921

ausgeschenkt wurde. Und egal, wo man ein Lager bestellt hat, es schmeckte überall gleich (gut). Die Qualitätsansprüche an das Bier waren hoch, so sah es auch der Schweizer Brauerei-Verband, dem die Brauereien angeschlossen waren.

Die Konvention, damals Retterin in der Not, wurde jedoch zu lange aufrechterhalten. 1990 gab es nur noch 32 Brauereien in der Schweiz. Immer mehr wurde das Bierkartell von verschiedenster Seite kritisiert und wankte – je länger, je mehr. Einige neu gegründete Brauereien traten dem Kartell nicht bei, und Volksabstimmungen machten dem Bierkartell zu schaffen. Nachdem mehrere große Brauereien aus dem Kartell austraten, lief die Konvention 1991 aus. Nun gab es keine Gebietsvorschriften mehr, und die einheimischen Marken konnten sich besser verbreiten.

Ausflug nach München

Zu jener Zeit begab sich eine Gruppe von vier jungen Eidgenossen und einer Eidgenossin in die bayerische Metropole. Unter anderem stand ein Besuch der Forschungsbrauerei München auf dem

Programm, und ganz allgemein wollte sich das Gespann auch an dem einen oder anderen Bierchen gütlich tun. So saß man dann irgendwann in der warmen Nachmittagssonne in einem feinen Biergarten und hat eins bestellt. Eben ein Bier.

Die fesche Maid im Dirndl hat die Schweizer schräg angeschaut. „A Bier? Jo mei, was wuistn füa a Bier?“ Und sie hat den verdutzten Gästen eine Bierkarte vor die Nase gesetzt. Die Besucher wussten nicht mehr, wie ihnen geschah. Da waren doch -zig verschiedene Biere aufgelistet: Helles, Pils, Weizen, Märzen, Bock, Zwickel ... Obwohl es im berühmten Schlaraffenland weder Wasser noch Bier gab (denn es floss dort „bloß“ Wein in den Bächen), fühlten sich die Schweizer dem Paradies nah!

Man kann es heute nicht mehr genau rekonstruieren, doch das Zusammentreffen dieser Bierkarte mit den ziemlich durstigen Kehlen endete schließlich in der Bieridee, die „Gesellschaft zur Förderung der Biervielfalt“ (GFB) zu gründen. Peter, eines der fünf Gründungsmitglieder, hatte den Auftrag, die informelle

Gründung protokollarisch festzuhalten. In Ermangelung eines Schreibzeugs (den Kugelschreiber gab's von der Kellnerin ausgeliehen) und des nötigen Papiers dokumentierte Peter die Beschlüsse auf einer Papierserviette. Aus unerfindlichen Gründen ist dieses Dokument noch in München verloren gegangen. Deswegen war der damalige Protokollführer zeitweilig untröstlich.

Raus aus dem Dornröschenschlaf

Zurück in der Schweiz wurde am 16. August 1992 in Zürich offiziell ein Verein nach Artikel 60 ff. des Schweizerischen Zivilgesetzbuches gegründet, wenn auch die GFB eine Gesellschaft ist und großen Wert auf dieses Detail legt. Speziell auf die Medien wurde großer Druck ausgeübt, und die Gründer wurden nicht müde, über Bier und dessen fehlende Vielfalt zu reden. Erst noch mit einem müden Lächeln bedacht, etablierten sich die „Rebellen“ nach und nach.

Natürlich blickten die Schweizerinnen und Schweizer auch über die Landesgrenze und lechzten bald nach den verschiedensten Bierstilen, die dort mit



GV 2023 Carole Gröflin (Präsidentin GFB) und Nicolò Paganini (Präsident Schweizer Brauerei-Verband)

Foto: Eugen Hubschmid



Bildungsreise zur Brauerei Uster Braukultur 2023

Foto: Toni Hutter

Hingabe gebraut wurden. Diese frisch entdeckte Biervielfalt ließ sich jedoch nicht über Nacht herzaubern, und die heimischen Brauer waren ob der neuen Nachfrage einigermaßen überfordert. So fand erstmal ein Boom im Bierimport statt, um die Lust nach Pils, Weizen und Dunklem zu stillen.

Zwangsmitgliedschaft

Dass die GFB es ernst meinte, zeigte sich in den durchaus nicht konventionellen Statuten. Wer sich der Biervielfalt querstellen wollte, bekam es mit der Gesellschaft zu tun und konnte unfreiwillig beigetreten werden. Eine Zwangsmitgliedschaft dauert ein Jahr. Der Vorstand

kann sie um maximal ein weiteres Jahr verlängern. Ernennungen zum Zwangsmitglied muss der Vorstand begründen und der Öffentlichkeit bekannt geben.

So wurde die damalige Bundesrätin Simonetta Sommaruga 2017 als Zwangsmitglied willkommen geheißen, da sie (und ihre sechs Bundesratskolleginnen und -kollegen) den Staatsvertrag Pils nicht aufheben wollten.

„Simonetta Sommaruga wird dem Nationalrat und dem Ständerat beantragen, es sei ein Vorstoß von Alois Gmür abzulehnen. Als GFB-Mitglied und Präsident der unabhängigen Schweizer Brauereien (Klein- und Mittelbrauereien) hat er gefordert, das Pils-Verbot in der Schweiz solle abgeschafft werden. Die Schweiz hat mit Tschechien nämlich einen Staatsvertrag. Darin steht, in der Schweiz dürfe nur tschechisches Pils verkauft werden. Auch der Begriff ‚gebraut nach Pilsner Art‘ dürfe nicht auf Etiketten Schweizer Biere stehen.“

Höchste Brauereidichte der Welt

Mittlerweile hat sich die kleine Schweiz gemauert und mit offiziell beim Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit gemeldeten 1168 Brauereien (Stand März 2023) im Verhältnis zur Bevölkerungszahl eine der größten Brauereidichten der Welt.

Auch die Mitgliederzahl des Schweizer Brauerei-Verbands hat sich seit 2008

mehr als verdoppelt und liegt aktuell bei 37 Brauereien. Diese haben mittlerweile rund 550 verschiedene Biere im Angebot. Sie treffen den Nerv der Zeit, denn immer öfter sind die Konsumenten bereit, Neues auszuprobieren. So hat sich der Anteil an Spezialitätenbieren von 2015 bis 2021 um fast 70 Prozent gesteigert. Und das leidige Thema mit dem Staatsvertrag von 1973 zwischen der Tschechoslowakischen Sozialistischen Republik und der Schweiz ist seit Ende 2022 auch Geschichte.

Spezli ist nicht gleich Pils

Aufgrund dieses Handelsvertrags durfte der Name „Pilsner“ in der Schweiz nur für Biere aus Tschechien verwendet werden. Biere nach Pilsner Art hießen hierzulande „Spezial“ oder kurz „Spezli“. Daraus entwickelten sich die beiden Schweizer Bierstile „Spezial hell“ und „Spezial dunkel“, die sich in den vergangenen fast 100 Jahren dem Konsumentengeschmack angepasst und sich vom Pils analytisch und geschmacklich unterscheiden.

Die beiden Bierstile unterscheiden sich sowohl vom Schweizer Lager hell und dunkel wie auch von den verwandten Bierstilen Pils, Helles, Export oder Dunkles. Das bedeutet, dass das „Schweizer Spezial hell“ und „Schweizer Spezial dunkel“ dem Land eigene Bierstile sind. In der alle zwei Jahre stattfindenden nationalen Bierprämierung „Swiss Beer

Award“ gibt es somit zusätzlich zu den etablierten Kategorien „Schweizer Spezial hell“ und „Schweizer Spezial dunkel“ die Kategorie „Pils“.

Gleichgesinnte nationale Gruppen

Im Jahr 2019 beschloss die GFB, der European Beer Consumers Union (EBCU) beizutreten. Dies ist die europäische Dachgesellschaft für verschiedene Verbraucherorganisationen. Die EBCU bezweckt die Vernetzung der Bierkonsumenten, will diesen eine Stimme geben und auf die Qualität und Vielfalt der europäischen Bierproduktion Einfluss nehmen. An zwei Meetings pro Jahr treffen sich so die Delegierten aus den verschiedenen Mitgliederländern, pflegen den Gedankenaustausch und planen Aktionen zur Biervielfalt.

Auf zu neuen Ufern

Die GFB ist seit einem Vierteljahrhundert in der schweizerischen Bierlandschaft sehr präsent. Und sie hat viel erreicht. Man spricht von ihr in den höchsten Fachkreisen. Man nimmt sie ernst.

Im Jahr 2022 hieß es in der Generalversammlung dann „quo vadis?“. Die Biervielfalt ist in der Schweiz mittlerweile gut etabliert. In einer außerordentlichen Generalversammlung im Juni 2022 hat sich die GFB dazu entschlossen, ihr B (Biervielfalt) durch ein neues B (Bierkultur) zu ersetzen. „Bierkultur bedeute, Bier in seiner ganzen Erscheinung und Wirkung zu erfassen, seinen richtigen Genuss zu pflegen und ihm in der Gastronomie und im Detailhandel den gebührenden Platz zu verschaffen.“ Der Zweck der GFB wird also den heutigen Erfordernissen angepasst. So steht es im Publikationsorgan der Gesellschaft. Und so gibt sich die GFB mit etwas mehr als 400 Mitgliedern neue Aufgaben und Strukturen und bleibt dem Bier selbstverständlich verpflichtet. Darauf trinken wir jetzt eins!

bierkultur.org

PETRA MOOR



Sommerbierfest 2018

Foto: René Kemmer



GV 2023 Stimmungsbild mit Orangensaft

Foto: Eugen Hubschmid



Was ist schon das bisschen Regen. Hauptsache der Schirm hält den Regen davon ab, das Bier zu verdünnen.



Plakat aus der Gemeinschaftswerbung der Schweizer Brauereien (1970: Entwurf Elvira Vomstein)