AUSGABE 50/2017

Kiesbye's

BIER KULTUR MAGAZIN

50

Topthema:

BEWEGENDE MAGAZINE

Ein emotionaler Rückblick über 15 Jahre Bierkultur

BIERARIUM
Blüten zum Brauen
Der moderne Biermarkt

BIERKULTURHAUS
Das Bierglas als fünfter Rohstoff:
Der Verkaufsbooster

BIERARIUM

04 BLÜTEN ZUM BRAUEN

07 AUF EIN BIER MIT AXEL

12 BIERIGE EIGENARTEN

13 WIE EINST TONI POLSTER

17 GLUTI'S KOLUMNE

19 CRAFT BIER METROPOLE BARCELONA

22 BIERPHYSIK: BIERBOUQUET IM GLAS

25 KONSUMENTENFORSCHUNG BIERMARKT

26 SAISON FÜR SESSION

AUSGABE 1
JULI 2002

BIERKULTURHAUS

08 50 BEWEGENDE MAGAZINE

10 TERMINKALENDER

21 RÜCKBLICK GRAND CRU „BIER & GLAS"

27 WERBUNG OHNE STREUVERLUST

BULLETIN

14 VERBAND DER DIPLOM BIERSOMMELIERS

»DAVID GEGEN GOLIATH«

LIEBE BIERFREUNDINNEN UND -FREUNDE!

Als im Juli 2002 die erste Ausgabe des **BierIG**-Magazins, dem Vorläufer des Bierkulturmagazins, mit einer Auflage von 500 Exemplaren an die wenigen passionierten Bierliebhaber und Heimbrauer ausgeschickt wurde, war die Hoffnung groß, den Biermarkt zu verändern. Diese erste Ausgabe zeigte den ganzen Idealismus der bunten Truppe an Redakteuren: Sie wollten aufklären, gesellschaftliche Entwicklungen hinterfragen, eine neue Bierkultur fördern. So wurde das deutsche Reinheitsgebot kritisch durchleuchtet, Bier als Wellness-Drink promotet, Bierbotschafter gesucht, Bierregionen vorgestellt, das Hobby des Heimbrauens dargestellt, Etikettenschwindel aufgedeckt und Bierveranstaltungen bekannt gemacht.
Die **Bier**konsumenten**I**nteressen**G**emeinschaft war wie das Magazin Pionier und verfolgte rein idealistische und keine wirtschaftlichen Ziele. Die **BierIG** löste in der Branche Verwirrung aus, manche fühlten sich auch angegriffen. Es war wie der berühmte Kampf zwischen David und Goliath.

Heute, nach 15 Jahren und 50 Magazinen, ist vieles von den Forderungen und Wünschen der **BierIG** umgesetzt. Die Bierwelt ist sehr bunt und aufregend geworden, das Image des Bieres hat sich stark gewandelt, Biergurus und diplomierte Biersommeliers beraten und promoten. Craftbiere kämpfen täglich gegen etablierte Marken und haben damit durchaus auch Erfolg. David hat gesiegt.

Als Chefredakteur und Promoter der ersten Stunde war und bin ich Schwungrad. Rund 1.500 bierige Seiten wurden produziert, dabei immer wieder "kantige" Themen aufgegriffen. Mit Ausbildungen und Bierchecks in der Gastronomie sowie eigens entwickelten bierigen Accessoires und Bierspezialitäten werden der Branche nicht nur neue Ideen aufgezeigt, sondern auch konstruktive und letztendlich sehr erfolgreiche Lösungen angeboten.

Mein Unternehmen soll exklusiv und kreativ bleiben. Gerne arbeiten wir im Team mit anderen zusammen. Wer als Experte Spaß daran hat, mit uns gemeinsam den deutschsprachigen Raum bierkulturell weiter zu entwickeln, kann sich gerne bei mir persönlich melden!

Ein besonderer Dank gilt vor allem den Freunden und Partnern, die uns seit 15 Jahren mit vielerlei Dingen so wohlwollend unterstützen - sei es mit Bierspenden, Geschenken für Absolventen, Anzeigenschaltungen oder Gefälligkeiten. David brauchte historisch betrachtet eine Steinschleuder als Waffe, um Goliath zu besiegen.

So braucht man als heutiger David die wertvollen kleinen Helfer und Unterstützer. Danke!

Und vor allem auch Fans, die uns anfeuern, ermutigen und uns mit ihrer Mundpropaganda helfen, weiterhin erfolgreich die Bierszene zu gestalten. Für euch sind wir stets leidenschaftlich und fordern uns mit Quer- und Vordenken. Danke!

Beste bierige Grüße,

Axel Kiesbye

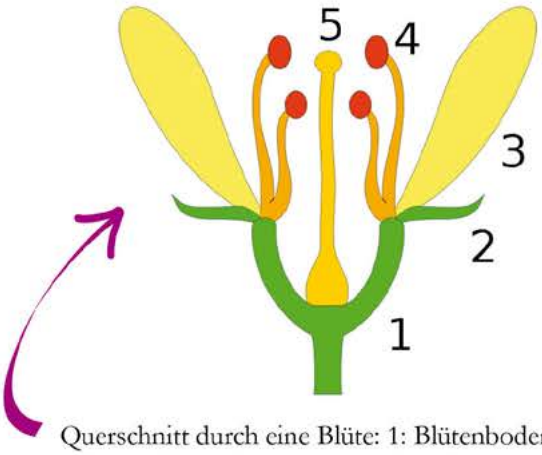
BLÜTEN IM BIER

Text: Martina Trottmann
Bildnachweis: Hintergrund: Wolfgang Simlinger, l.u.: bancotictac.blogspot.ch, r.m.: imkerpate.de

Blumenduft, blühende Zweige, Kirschbäume im weißen Kleid, ein voll erblühter Rosenstrauch, bunte Frühlingswiesen…
Duftende Blüten und farbenprächtige Blumen, sie haben seit jeher die romantische Fantasie der Menschen beflügelt. In der griechischen Mythologie streut die Göttin der Morgenröte Blumen als Sinnbild für die Lichtstrahlen des neuen Tages. Mancher Künstler ließ sich inspirieren, aber auch Köche, Bäcker und Patissiers finden bei den Blüten Anregung zur Kreativität.
Warum soll das bei den Brauern anders sein? Schließlich handelt es sich beim Biergewürz schlechthin, dem Hopfen, auch um eine Blüte.

Die Botanik

Ganz nüchtern betrachtet ist die Blüte ein Pflanzenspross mit begrenztem Wachstum, sie steht ganz im Dienst der Vermehrung einer Pflanze: Einerseits als Schutz oder Anlockungsorgan, andererseits durch die Bildung der Fortpflanzungsorgane, der Staub- und Fruchtblätter.



Querschnitt durch eine Blüte: 1: Blütenboden 2:Kelchblätter 3:Kronblätter 4:Staubblätter 5: Stempel

Die Staubblätter bilden den Pollen. Dieser gelangt bei der Bestäubung auf die Narbe der Fruchtblätter und es entwickeln sich aus der Samenanlage die Samen und aus der Blüte die Frucht.
Sehr viele Pflanzen sind bei der Vermehrung auf Insekten und Tiere angewiesen. Um für diese besonders attraktiv zu sein, haben sie mehrere Strategien entwickelt.

Der Duft

Der Blütenduft ist ein Lockmittel, ein deutlich riechbares Zeichen für Bestäuber. Dadurch werden verschiedenste Insekten wie Käfer, Mücken, Wespen, Hummeln, Honigbienen, ja sogar Aasfliegen, Vögel und Fledermäuse angelockt. Pflanzen, die den für ihre Bestäuberinsekten richtigen Blütenduft verströmen, werden besser bestäubt und haben damit einen gewissen Vorsprung gegenüber anderen.
Das bestäubende Tier möchte primär den Nektar oder Pollen aus der Blüte aufnehmen, dabei bringt es Pollen aus anderen Blüten vorbei und ermöglicht der Pflanze die Samen- und Fruchtbildung. Ein sehr erfolgreicher „Handel", welcher dem Insekt ein reichliches Nahrungsangebot und der Pflanze die Befruchtung garantiert.

Die Farbe

Als weiteres Lockmittel entwickelten die Blütenpflanzen wunderschön gefärbte Blütenblätter. Diese haben gegenüber dem Duft einen entscheidenden Vorteil. Während sich ein Duft eher diffus ausbreitet, ist ein farbiges Blütenblatt ein sehr direktes Signal für den Bestäuber. Je besser die Farbe aus der grünen Umgebung heraussticht, umso sicherer wird die Blüte gefunden. Deshalb gibt es in der Natur alle möglichen Blütenfarben, aber selten grüne Blüten.

Hinter jenen Tannen war es,
Jene Wiese schließt es ein –
Schöne Zeit der Blumensträuße,
Stiller Sommersonnenschein!
Theodor Storm (1817-1888)

Die Inhaltstoffe

Die von oben erwähnten Bestäubertieren hoch geschätzten Pollen und der Nektar sind auch für Menschen interessant.
Nektar ist ein wässriges Blütensekret und enthält neben verschiedenen Zuckerarten auch kleine Mengen an Mineralstoffen. Von der Biene verstoffwechselt, ergibt dieser den Honig.

Pollen sind mehlartige Klümpchen, die aus je zirka einem Drittel Aminosäuren, Fetten und Zuckerarten sowie verschiedenen Vitaminen bestehen.
In der Naturheilkunde werden Pollen zur allgemeinen Stärkung eingesetzt.

Übern Garten durch die Lüfte
Hört ich Wandervögel ziehn,
Das bedeutet Frühlingsdüfte,
Unten fängt's schon an zu blühn.
Joseph von Eichendorff (1788-1857)

Der Geschmack

Blüten als Nahrung gibt es nicht nur in der Tierwelt. Wir verspeisen Brokkoli, Blumenkohl, Kapern und Artischocken mit Genuss, würzen mit Nelke, Safran oder Lavendel, trinken Sirup aus Holunderblüten, Tee mit Jasmin und peppen mit Borretschblüten oder Gänseblümchen den Kräuterquark auf.
Die Blütenaromen sind weit gefächert. Karkadeblüten zum Beispiel geben dem Früchtetee ein angenehm saures Aroma, Kapuzinerkresse dagegen schmeckt deutlich pfeffrig. Mein geschmackliches Highlight sind knusprig gebratene Bärlauchknopsen. Über den grünen Salat gestreut. Herrlich!
Naturgemäß sind die meisten Blüten eher zart und vergänglich. Um sie haltbarer zu machen eignen sich viele Methoden. Am einfachsten sind das Trocknen und das Tiefkühlen. Aber auch Einmachen in Essig oder das Herstellen eines Sirups sind geniale Methoden, um Duft, Farbe und Geschmack zu konservieren.

Brauen mit Blüten

Duft, Farbe, Geschmack, Zucker, Fett, Aminosäuren… So viele Inhaltsstoffe, aber was passt ins Bier?
Da Zucker und Aminosäuren bereits durch das Malz ins Bier kommen und Fett als bierige Zutat nicht sehr geschätzt ist, sind es Duft, Farbe und Geschmack der Blüten, welche kreative Brauer begeistern.
Und von diesen drei ist es wahrscheinlich der Duft, der am meisten Spielraum zulässt.
Düfte scheinen magische Kräfte zu besitzen. Innerhalb kürzester Zeit können sie längst vergessene Erinnerungen wachrufen, beruhigen, anregen oder aus dem Alltag entführen.
Jeder hat schon mal erlebt, dass ihn ein Geruch augenblicklich in eine andere Welt versetzte, inklusive der Gefühle. Der Grund sind die Riechnerven, welche Düfte direkt ins limbische System des Hirns übertragen. Dort rufen sie sofort Emotionen hervor.
Diese schnelle Wirkung von Gerüchen ist ein Erbe aus uralten Zeiten, als der Riechsinn fürs Überleben noch wichtiger war als heute.
Um den Blütenduft möglichst unbeschadet und intensiv ins Bier zu bringen, ist es wie beim Umgang mit dem Aromahopfen. Je frischer die Blüten, desto stärker ist der Duft. Langes Kochen in der Würze lässt die ätherischen Öle verfliegen. Zur zusätzlichen Intensivierung können Blüten wie bei der Kalthopfung in den Lagertank gelegt werden. Allerdings ist es wichtig nur die Blüten zu verwenden, denn aus Stielen und Blättern können sich unerwünschte Gerb- oder Bitterstoffe lösen.

Das Blüten-Bier

Beim Brauen geht es darum ein Erlebnis zu kreieren. Das frisch gebraute Bier soll positive Emotionen wecken, dem Genießer einen unvergesslichen Moment bescheren. Ein Blütenduft ist dazu wunderbar geeignet. Bereits die Beschreibung der eingebrauten Blüten lässt das Kopfkino laufen. Und wenn dann noch der passende Duft in die Nase strömt, ist es reinstes Glück.

Herz, erträgst du diese Freude,
Trägst du so viel Seligkeit?
Himmel, Erde: eine Sonne
Und ein Blühen weit und breit.
Gustav Falke (1853-1916)

SEIT 1601

TRUMER PILS

Die Hopfenbox

UNSER PILSBIER-ABO.

VIERMAL JÄHRLICH DIREKT VOR DIE HAUSTÜR.

Freuen Sie sich alle drei Monate auf eine vom Braumeister ausgewählte Selektion aus saisonal wechselnden Bierspezialitäten. Pro Box 18 Flaschen (3 Sorten) plus zwei Pilsgläser versandkostenfrei geliefert.

JETZT ABONNIEREN*

HOPFENBOX.AT

* Derzeit nur in Österreich lieferbar.

Auf ein Bier mit Axel

Persönliche Memoiren

Teil IV

Mein Vater war selber selbstständiger Unternehmer, meine Mutter verbeamtete Schulleiterin. Beide haben mich inspiriert und auf meinem Werdegang begleitet. Es ist diese Mischung aus Idealismus einerseits, Wissen zu vermitteln und unternehmerische Neugierde andererseits, den Markt mit spannenden Produkten und Dienstleistungen zu bereichern.

Also nicht nur theoretische Wissensvermittlung wie an klassischen Schulen und Akademien, sondern Berichten aus eigenen gemachten Erfahrungen und Erforschungen, im Guten wie im Schlechten. So war es eine logische Schlussfolgerung für mich, unsere Ausbildungsangebote (deren Entwicklung ich im nächsten Magazin vorstellen werde) laufend mit Praxiserfahrungen zu spicken.

Die Einführung eines eigenen Bierlabels (Craftbier als Begriff war damals noch nicht bekannt) im Jahr 2010 diente daher auch dem Zweck, eigene Erfahrungen in der Herstellung und Abfüllung, aber auch in der Vermarktung und den Vertrieb von charakterstarken Bieren jenseits des Mainstreams zu bekommen. WALDBIER war geboren. In unseren schon legendären **SOS** - **S**alesmanagement **O**f **S**pecial Beers Seminaren haben wir in den Jahren 2012 bis 2014 unter anderem unser am eigenen Leib erfahrenes Marktwissen offengelegt. Die damaligen Teilnehmer (u.a. Markus Berberich/Inselbrauerei Rügen, Klaus Artmann/Biertraum, Oliver Wesseloh/Kehrwieder Brauerei, Lukas Harpf/Harpf Getränke, Markus Betz/Beerlovers, Robert Brekalo/Ammersin, Michael Sams/Getränke Wagner, Mario Scheckenberger/Bierschmiede u.v.m.) gehören heute zu den Stars der Craftbier-Bewegung. Unser Slogan "Mit den Besten auf Kurs" wurde und wird seiner Bedeutung wahrlich gerecht!

WALDBIER ist für mich zu einer Herzensangelegenheit geworden. Jedes Jahr werden die Waldzutaten aufs Neue in langen Entscheidungsprozessen mit den Spezialisten der Österreichischen Bundesforsten bestimmt. Die Zutaten direkt aus der Natur in unzugänglichen Gebieten zu ernten, die Aromen fachgerecht aus den Blüten, Nadeln, Zapfen, Zweigen, Harzen und Früchten ins Bier zu überführen und das Ganze zu einem Bier-Gesamtkunstwerk zu vereinen, ist ein technologischer Craft-Akt.
Bierbrauen ist meine Berufung, aber wenn man aus seiner Leidenschaft einen Beruf machen und letztendlich seine Familie ernähren möchte, bedarf es fundierter Kenntnisse bezüglich Marketing, Verkauf und Vertrieb. Sonst bleibt es ein tolles, aber auch kostspieliges Hobby.

Hier hatte ich großes Glück!
...zunächst war ich 2011 bei der Einführung des WALDBIERs Edition Tanne noch vor der Craftbierwelle am Markt und die Vertriebspartner hatten von sich aus Interesse an der neuen Vielfalt.
...ich konnte als Prokurist und Vertretung des Eigentümers bei der Trumer Privatbrauerei tiefe Einblicke in die Mechanismen des Verkaufs bekommen.
...meine persönliche Leidenschaft galt immer schon den schön gestalteten Dingen des Lebens und Marketing war daher für mich keine lästige Disziplin, sondern die Erfüllung eines Kindheitstraums. Ein Etikett, einen Folder oder ein Magazin wie dieses zu gestalten, ist für mich Freude pur.

Mittlerweile hat das WALDBIER mit BIERE DER WILDNIS ein Dach bekommen und mit dem TAU einen würdigen Bruder. Weitere Sortimentserweiterungen sind geplant. So kann ich mich richtig austoben und den unglaublichen Schätzen der Natur mehr Raum geben. Nebenbei: So lässt sich meine Reiselust auch gut mit geschäftlichen Interessen vereinbaren...

50 bewegende Magazine

Text, Bildnachweis: Axel Kiesbye

15 JAHRE EIN EMOTIONALER RÜCKBLICK

Das Bierkulturmagazin feiert seine 50. Ausgabe. Ursprünglich als Mitgliedermagazin der BierIG konzipiert, hatte es die Aufgabe, nicht nur die Ziele der BierIG zu transportieren, sondern auch aktiv Aufklärung über die brachliegende, vielfach unbekannte Kultur des Bieres zu leisten. Vor exakt 15 Jahren, im Juli 2002, war es soweit: Die Ausgabe 1 erschien!

Ein motiviertes Team aus sechs Bierliebhabern schuf das erste Biermagazin im deutschsprachigen Raum. Zunächst, bis Ausgabe 30/2010, wurden die innenliegenden Seiten aus budgetären Gründen noch in schwarzweiß gedruckt. Gestartet mit 12 Seiten, erreichte die Magazinstärke bei Ausgabe 32 mit 48 Seiten seinen Höhepunkt. Mehr als 1.500 Seiten wurden bisher mit Wissenswertem aus der Bierlandschaft bedruckt, ein bislang unerreichter Rekord.

Die Biergewerkschaft

2002 war die Bierlandschaft geprägt durch Uniformität. Internationale Beratungsfirmen wie Roland Berger oder KPMG prophezeiten der deutschen Brauwirtschaft den sicheren Untergang. Überkapazitäten, geringe Margen und Globalisierungseffekte sollten den Markt *bereinigen*, wie Berater so schön Brauereischließungen umschreiben.

Nun kam da so eine Horde Bierliebhaber, inspiriert von Bierkonsumentenorganisationen wie der CAMRA und stellte sich vor, die Welt verändern zu können. Gerade in den ersten Jahren des BierIG-Magazins spürt man den kämpferischen Willen zwischen den Zeilen. So wurde offen gegen Brauereischließungen (Ausgabe 12/2005) demonstriert, global agierende Braukonzerne angegriffen (Ausgabe 14/2006), Etikettenschwindel aufgedeckt (Ausgabe 1/2002) sowie in mehreren Ausgaben die hohe Bierbesteuerung (z.B. Ausgabe 3/2003) moniert. Auch das Heiligtum Reinheitsgebot bekam sein Fett weg (Ausgabe 1/2002) und es wurde aktiv für eine Reform des österreichischen Biercodex geworben (Ausgabe 38). Wie bei einer "Bierpartei" war das Magazin das Parteiprogramm: Kampf für Brauerei- und Biervielfalt, Kampf für Qualität, Kampf gegen Bevormundungen durch die WHO (Artikel "Alkohol, ja bitte !"), aber auch Kampf dem Koma-Saufen oder Kampf dem missbräuchlichen Begriff von "Bräu" :-)

Das Reisemagazin

Unsere kritischen Anmerkungen kamen nicht bei allen gut an. Dennoch müssen alle Kritiker von damals eingestehen, dass sich Vieles positiv entwickelt hat. Ich denke nur an die sinnvollen Zusatzinformationen zum Aroma, die immer mehr Bieretiketten enthalten, oder die Aufnahme des "Kreativbier"-Begriffs in den Biercodex, um den uns deutsche Craftbrauer beneiden.

Das Magazin hat sich im Laufe der Zeit immer stärker als ein weniger kritisches, sondern vor allem proaktives Organ zur Mitgestaltung des Biermarktes gesehen. Die Förderung der Biervielfalt durch Lustmachen auf internationale Bierstile und -kulturen ist bis heute Kernaufgabe des Bierkulturmagazins. In 15 Jahren bereisten die Redakteure fast die ganze Welt, um von ihren bierigen Genusserfahrungen zu berichten. Bierreiseberichte aus fernen Ländern wie USA (Ausgaben 17/2006, 40/2015), Peru oder Neuseeland (Ausgabe 42/2014) waren genauso dabei wie spannende Bieregionen aus Europa: Köln, Leipzig, Münsterland, Franken und Oberbayern, Mailand, Madrid, Straßburg, Krumau, Oslo, Dublin, England, Finnland, Griechenland und viele mehr.

Das Brau-Fachmagazin

Von Beginn an waren in der Leserschaft viele professionelle Braumeister und Hobbybbrauer vertreten. Denn für geschmackliche Vielfalt und Qualität können nur die regionalen Produzenten sorgen, wenn man nicht den Import von Bieren fördern möchte. Uns lagen die Interessen der heimischen Brauwirtschaft besonders am Herzen, daher hieß es, Lust zu machen auf "Biere der Neuen Generationen".

Meine Recherchen zu den veröffentlichten Brauideen und -rezepturen lassen die Lust am Brauen spüren:

Brauen mit Tee	Ausgabe 8/2004
Brauen mit offenem Feuer	Ausgabe 7/2004
Blütenbiere	Ausgabe 5/2003
Brauen Biere alkoholfrei	Ausgabe 23/2008
Gewürzbiere	Ausgabe 49/2016
Sourbiere	Ausgabe 48/2016
Nitrobiere	Ausgabe 48/2016
Hanfbierbrauen	Ausgabe 9/2005
IPAs brauen	Ausgabe 28/2005
Honigbiere	Ausgabe 1/2002
Himbeerbier	Ausgabe 2/2002
Glühbier	Ausgabe 3/2003
Ingwerbier	Ausgabe 14/2006
Kürbisbier	Ausgabe 10/2005
Jahrgangsbiere brauen	Ausgabe 12/2005
Trappistenbiere	Ausgabe 15/2006
Lambics	Ausgabe 19/2007

Dazu gesellten sich immer wieder Fachartikel mit hohem wissenschaftlichen Anspruch, beispielsweise zur Vorderwürze-Hopfung, der Kaltmaischung oder dem Dry-Hopping.

Das Kulturmagazin
Parallel zur Entwicklung der Diplom Biersommelier-Ausbildung diente auch das Magazin der Promotion einer neuen, bislang unbekannten Kultur. Wir brachten Rituale wie das Bierstacheln in die Öffentlichkeit (Ausgabe 11/2005), kümmerten uns um die Bierglaskultur (Ausgaben 10/2005, 40/2013), starteten 2005 Serien zum richtigen Verkosten und zum Themenkreis Beer & Foodpairing, verglichen über drei Jahre (2003 bis 2005) die Bier- mit der Weinkultur und stellten 2013 als erstes Magazin die Bierreifung in Holzfässern vor. Neue Accessoires bekamen ihren verdienten Platz.

Das Mitgliedermagazin
Neben der Fülle an fachlichem Input diente das BierIG-Magazin, in Folge auch das Bierkulturmagazin, als internes Sprachrohr der Mitglieder und des Vereinslebens. Ob Berichte von Jahreshauptversammlungen, den legendären Bierfestivals und Bierstaatsmeisterschaften bis hin zu Sektions- und Vorstandsberichten deckte das Magazin die interne Kommunikation ab. Die Magazine 1 bis 38 waren reine Vereinsausgaben.

In den Magazinen 39 bis 44 waren noch vier Seiten für Vereinsinternes reserviert bis dann die BierIG komplett ausstieg.

Auch der Verband der Diplom Biersommeliers nutzte seit Ausgabe 13 das Magazin mit der Veröffentlichung des verbandsinternen Bulletins. Nach 12 Jahren und 38 Ausgaben wird im Dezember 2017 auch diese fruchtbare Kooperation ein Ende finden. Der Markt hat sich eben verändert und digitale Kommunikationsformen sind für Vereine mit mehr als 1.000 Mitgliedern in vielen Bereichen vorteilhafter.

Das Zukunftsmagazin
Mein Herz schlägt für das Bierkulturmagazin. Dieses traditonsreiche Druckwerk einzustellen, ist im Zeitalter und der Rennaissance von "CRAFT" für mich keine Option. Obwohl es nur mit Zuschüssen meines Unternehmens wirtschaftlich überlebensfähig ist und permanent digitale Alternativen anklopfen.
Jedoch brauchen wir noch ein paar mehr Unterstützer, die ihre Werbebotschaft an rund 3.000 absolut bieraffine Leser streuverlustfrei transportieren wollen. Unsere Anzeigenpreise sind wirklich moderat (siehe Seite 27).

Prost, auf die nächsten 50 Ausgaben!

VERANSTALTUNGEN
von Kiesbye's & friends

» ALLIANZ FÜR BIERKULTUR «

2017

HIGH-END-SEMINARE

für Brau- und Bierprofis

	Bezeichnung der Veranstaltung	Modul	Veranstalter	Leitung	Veranstaltungsort	Datum
BIER / GENUSS-Kurse	**GRAND CRU** Vintagebiere		Kiesbye`s BIERKULTURHAUS	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	14. bis 15.09.
	GRAND CRU Bier und Glas		Kiesbye`s BIERKULTURHAUS	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	20. bis 21.09.
	GRAND CRU Brauereiführung		Kiesbye`s BIERKULTURHAUS	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	10. bis 11.10.
	GRAND CRU Porter, Alkoholfrei		Kiesbye`s BIERKULTURHAUS	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	08. bis 09.11.
BIER / SOMMELIERE-Kurse	**Diplom Biersommelier-Kurs** in 5 MODULEN (A1-C2)	C1	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	11. bis 13.09.
		C2	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	27. bis 29.09.
	Diplom Biersommelier-Kurs KLASSIK	Kurs 68	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS **& Doemens**	Wolfgang Stempfl Jens Luckart	Gräfelfing/D Obertrum/Salzburg	04.09. bis 07.09. 02.10. bis 06.10.
		Kurs 69	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS **& Doemens**	Wolfgang Stempfl Jens Luckart	Gräfelfing/D Obertrum/Salzburg	23.10. bis 27.10. 30.10. bis 03.11.
		Kurs 70	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS **& Doemens**	Wolfgang Stempfl Jens Luckart	Gräfelfing/D Obertrum/Salzburg	06.11. bis 10.11. 13.11. bis 17.11.
		Kurs 71	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS **& Doemens**	Wolfgang Stempfl Jens Luckart	Gräfelfing/D Obertrum/Salzburg	27.11. bis 01.12. 04.12. bis 08.12.

MITTELSTUFE

für Servicekräfte, Außendienst, Marketingmitarbeiter, Hobbybrauer

BIER / SOMMELIER	**Biersommelier Mittelstufe des Österr. Brauereiverbandes** in 3 MODULEN (A1-B)	A1 A1	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS **& Trumer Privatbrauerei**	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	14.10. 25.11.
		A2 A2	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS **& Trumer Privatbrauerei**	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	16.10. 27.11.
		B B	Kiesbye`s BIERKULTURHAUS **& Trumer Privatbrauerei**	Jens Luckart	Obertrum/Salzburg	17.10. bis 20.10. 28.11. bis 01.12.
BIER / BOTSCHAFTER	**Bierbotschafter IHK**		**GBZ Koblenz**	Dr. Markus Fohr	Koblenz/D	13. bis 18.11.
BIER / GASTRONOMEN	**CRAFT BIER SPIRIT** **Lustmachersymposium Gastro**		Kiesbye`s BIERKULTURHAUS **& Wagners Biershop**	Axel Kiesbye	Obertrum/A	26.09.

BASISKURSE

für Bierliebhaber

BIER / KULTUR	**Lahnsteiner Bierseminar**		**Lahnsteiner Brauerei**	Dr. Markus Fohr	Lahnstein/D	23.11.
		Kurs 61 Kurs 62 Kurs 63	**Lahnsteiner Brauerei**	Dr. Markus Fohr	Lahnstein/D	07.09. 02.11. 07.12.
BIER / GENIESSER	**Bier & Whisky**		**BierAkademie**	Markus Raupach	Kleinstadthafen/Bamberg	16.09.
	Craft'n'Curry		**BierAkademie**	Markus Raupach	RiXX/Bamberg	19.10.
	Bier & Schokolade		**BierAkademie**	Markus Raupach	Confiserie Storath/Bamberg	11.11.
	Bier & Kuchen		**BierAkademie**	Markus Raupach	Kleinstadthafen/Bamberg	01.12.
	Bier & Käse		**BierAkademie**	Markus Raupach	Kleinstadthafen/Bamberg	15.12.

Information und Anmeldung unter
info@bierkulturhaus.com

Inhalte
Die Technologie des CRAFT Bierbrauens: Einsatz und Einfluss der Rohstoffe auf die Lagerkultur bei Bieren, Tipps innerhalb des Reinheitsgebots, Lagerbedingungen und Gläserkunde
Einfluss und Wirkung des Bierglases auf die Sinne, Marketinginstrument Bierglas, Ansprüche an das Glas, Technik und Technologie der Bierglasherstellung
Dramaturgie & Inszenierung, Storytelling, Preisstrategie und Vermarktung, Brauerei- und Betriebsbesichtigungen
Die Technologie des CRAFT Bierbrauens: Bierprofile gekonnt entwickeln und verbessern, Zaubermittel Rohstoffe, Verkostung zu Unterschiede Porter und Stout, Technologien für alkoholfreies Bier
Aufbaukurs, Sinnesphysiologie, Psychologie des Bierkonsums, Bierfehler, Brauvariationen, internationale Biersorten, Biertrends, Bierglaskultur
Aufbaukurs, Bier & Käse/Schokolade/Gewürze, Bedienrituale, Biermarketing, Bierpreiskalkulation, Bierkulinarium, Gastrochecksystem, Abschlussprüfung mit DIPLOM
Das Original. 2003 vom Bierkulturhaus entwickelt und eingeführt, mit rund 1400 Absolventen die erfolgreichste Bierausbildung im deutschsprachigen Raum.
Das Original. 2003 vom Bierkulturhaus entwickelt und eingeführt, mit rund 1400 Absolventen die erfolgreichste Bierausbildung im deutschsprachigen Raum.
Das Original. 2003 vom Bierkulturhaus entwickelt und eingeführt, mit rund 1400 Absolventen die erfolgreichste Bierausbildung im deutschsprachigen Raum.
Das Original. 2003 vom Bierkulturhaus entwickelt und eingeführt, mit rund 1400 Absolventen die erfolgreichste Bierausbildung im deutschsprachigen Raum.

Lustmacher-Einstiegskurs Bierbrauen, Einbrauen eines eigenen Sudes, Verkostung internationaler Bierstile, Brauereiführung
Lustmacher-Einstiegskurs Bierkultur in der Gastronomie, inkl. Schanktechnik, Bierzapfen, klassische Bierstile, Bierkarte
Vertiefungskurs, Technologie des (Craft-) Bierbrauens, Geschichte des Bieres, Sensorik, Bier & Foodpairings, Schanktechnik, Bier und Gesundheit, Mittelstufenprüfung
Bierbrauen, Bierstile weltweit, Bier & Speisen, Bier-Marketing
Lustmacher-Symposium exklusiv für Gastronomen, Bier & Foodpaining, faszinierende Impulsvorträge, Come together im Bierkulturhaus

Damen Bierseminar - "Ladies only"
Jeden Monat eine neue Expedition ins (Craft-)Bierreich
Eine spannende Reise durch die Welt von Bier und Whisky in sechs feinsten Kombinationen, jeweils auch mit Food-Pairing
Fünf Aromaextreme mit hochwertigen Craft-Bieren und den speziellen Currywürsten von RiXX, bei denen die feinen Spezialzutaten IN der Wurst stecken.
Verkostung von acht Bieren und zwölf Schokoladen/Pralinen in der Confiserie Storath mit BierSommelier und Chocolatier
Verkostung von acht Bieren mit eigens kreierten Kuchen mit BierSommelier Markus Raupach und Zuckerbrot-Chefin Stefanie Pfeiffer
Aromenvielfalt pur - die besten Käse der Welt gepaart mit seltenen und aromastarken Bieren, ein echter Hochgenuss!

BIERIGE EIGENARTEN

Bier ist genial, Craftbier total angesagt. Wagt man allerdings einen tieferen Blick in die Szene und ihr Umfeld, erkennt man viele unschöne Trends in diesem schönen Trend. Diverse bierige Eigenarten findet man mittlerweile leider auch in unseren Breitengraden.

Text: Oliver Klamminger
Bildnachweis: l.m.: www.untappd.com, r.m: Marlene Madlmayr

Die Online-Community

Nach nur wenigen Clicks in diversen sozialen Netzwerken offenbart sich ein eine absolute Unart. Biere werden in Foren oder Gruppen schlecht gemacht, deren Brauer direkt und indirekt beleidigt. Die Community schaukelt sich gegenseitig hoch. Was oft dazu führt, dass selbst völlig unbehelligte stille Mitleser diese subjektiven Meinungen glauben. Allerdings ohne je zuvor das verunglimpfte Bier getrunken zu haben. Aufgrund der oft niveaulosen und unqualifizierten Kommentare werden sie es auch nie probieren und die rezipierte Meinung im schlimmsten Fall auch noch teilen. Unqualifizierte Online-Kommentare – ein Trend zum Abgewöhnen!

One and done!

Auch er ist viel online unterwegs: Der Craftbier-Freak! Allerdings mehr auf Bewertungsportalen, wo er seine neueste Beute postet und bewertet. Als zwanghaft rastloser Jäger nach dem heiligen Gral ist er stets auf der Suche nach dem nächsten freakigen Craftbier. Hat er es erst einmal gefunden, getrunken und bewertet, verliert es seinen Reiz. Also „one and done". Und das bereits mit dem Click auf den Bewertungs-Button auf Ratebeer und Co.. Das optimierte Foto im Netz ist seine Trophäe. Respekt für das Bier oder deren Herkunft ist dem Freak unbekannt. Ebenso für eine gleichbleibend hohe Qualität. Aber wie soll er sie auch erkennen, wenn er jedes Bier nur einmal probiert? Den Moment des absoluten Genusses wird er so wohl auch nie erfahren. Typenverwandt sind übrigens Menschen, die Live-Konzerte durch ihren Handy-Bildschirm erleben.

Wann ist Vielfalt zu viel?

Getrieben von Freaks, die ständig neue Kreationen fordern, versuchen sich Brauereien dann gerne an neuem „Stoff". Hauptsache neu und ausgefallen. Vielfalt ist gefragt. Hat man als Brauschmiede nichts neues zu bieten, wird man besonders auf Bierfesten höchstens mit verächtlichen Blicken abgestraft. Das Problem: Immer mehr Brauer versuchen den Trends, die meist von den USA ausgehen, nachzujagen. Dabei werden die Abstände dazwischen einfach zu kurz. Der klassische Biertrinker kann noch immer nicht Pils von Märzen unterscheiden, könnte aber zwischen 28 verschiedenen IPAs wählen. Schuster bleib bei deinen Leisten!

Die Craftbier-Debatte

Ist Bier XY eigentlich Craftbier und warum ist XXY keines? Eine durchaus amüsante und regelmäßige Debatte im Netz, wenn man ihr denn folgen will. Allerdings sollte man Zeit einplanen. Viel Zeit. Denn die Diskussion ist schier unendlich. Craftbier-Hardliner scheinen die Grenzen für sich fest abgesteckt zu haben. Neulinge folgen den bestehenden Meinungen, postulieren eigene Theorien oder treten mit ihren Fragen ins Fettnäpfchen. Denn eines ist online noch verpönter als ein Helles als Craftbier zu bezeichnen.
Die Frage: „Was ist eigentlich Craftbier?" Ein Auslöser einer beinahe unendlichen Geschichte. Die Kurzversion: 1.000 Antworten, 1.000 Meinungen. Der Kern der Sache geht dabei leider oftmals verloren: Warum können wir gutes Bier nicht einfach gutes Bier sein lassen?!

Viele Brauer freuen sich über den direkten Kontakt zu den Konsumenten und umgekehrt. Gerade Bierfestivals sind dafür bestens geeignet.

WIE EINST TONI POLSTER

Text: Oliver Klamminger; Bildnachweis: o.m.: Marlene Madlmayr, kl. Bild: Oliver Klamminger

All diese Trends und Eigenarten zeigen eines auf: Die Bierszene lebt und brodelt. Wenn auch ein wenig unkontrolliert und chaotisch unter der Oberfläche. Doch genau das sollte doch uns Biersommeliers ein Zeichen sein. Interesse und Motivation der Kunden ist vorhanden, wir müssen also nur noch abstauben.

Wie einst Toni Polster in den 90ern. Der Goalgetter des österreichischen Nationalteams und vom FC Köln ist sogar ein perfektes Vorbild für uns Biersommeliers. Denn der charismatische Ex-Kicker machte immer alles mit seinem markanten Wiener Schmäh. Selten mit der Brechstange. So sollte man auch als Fachmann agieren. Nicht mit erhobenem Zeigefinger von oben herab belehrend, sondern mit Verständnis, Schmäh und Toleranz. Für schwarz-weiß-Denken ist das Thema Bier viel zu schön. Es gibt nicht nur richtig und falsch. Nie enden wollende Streitereien, wie sie in Online-Foren Gang und Gebe sind, führen höchsten zu negativen Beigeschmäckern. Ähnlich den öffentlichen Streitereien um das Reinheitsgebot vor einem Jahr.

Also helft den oft sehr wissbegierigen und dankbaren Neulingen weiter. Führt sie auf die richtigen Pfade und vor allem: Lehrt sie das tolle Produkt Bier, die Brauer und Braumanufakturen zu schätzen. Aber seid schnell und kommt den Spaltern mit gefährlichem Halbwissen zuvor. Und dabei bitte immer positiv bleiben!

STAMAG
Stadlauer Malz®
www.stamag.at

Anzeigen
Edelstahlverarbeitung Schindlauer
- Bierbrauanlagen
- Flaschenwaschmaschinen
- Maschinenbau

Sonderanfertigungen in Edelstahl
www.kleinbrauanlagen.at

Wichtige Ankerpunkte im Verbandskalender: Frühjahrstreffen und Jahreshauptversammlung

Text, Bildnachweis: Sandra Ganzenmüller, oben: Programmflyer in Den Haag

Liebe Mitglieder,

der fachliche Austausch unter Kollegen ist das Salz in der Suppe, der vielleicht wichtigste Nutzen, den man als Mitglied in einem Verband persönlich verbuchen kann. Das ist uns im Präsidium bewusst und daher legen wir viel Wert darauf, euch allen neben der herbstlichen Jahrestagung und dem offiziellen Frühjahrstreffen durch die Struktur der Sektionen möglichst viele Plattformen und Kontaktpunkte von Verbandsseite zu bieten, an denen ihr Kollegen persönlich kennenlernen könnt.

Frühjahrstreffen: Überraschungsmomente niederländischer Biervielfalt und Bierkultur

Den Anstoß für das Treffen in den Niederlanden gab Uwe Kalms dem Präsidium auf der Jahrestagung 2016. Idee und Konzeptentwurf für die Veranstaltung war von Anfang an eine runde Sache und daher haben wir uns über die Einladung im Namen des Verbands sehr gefreut. Die Resonanz war enorm. Über 70 Biersommeliers aus Deutschland, Frankreich, Österreich und der Schweiz sind zum Frühjahrstreffen Anfang Mai nach Den Haag gereist. Veranstalter und Organisator war ein fünfköpfiges Team der „Dutch Guild of Beersommeliers“ rund um Uwe Kalms.

Ein umfangreiches Rahmenprogramm, das mit viel Liebe zum Detail geplant und perfekt umgesetzt wurde, führte die Teilnehmer durch die vielfältige Bierkultur der Niederlande.

Das Frühjahrstreffen war vom Besuch der Trappistenbrauerei La Trappe bis zum abendlichen Büfett ‚Bier meets Fisch‘ am Strand von Scheveningen eine gelungene, rundum gut organisierte Veranstaltung. Sie hat uns Anwesenden tiefe Einblicke in die Bierkultur des Landes beschert. Nicht jeder hat die Niederlande auf dem Schirm, wenn es um die Aufzählung von interessanten Biernationen geht. Wir wurden eines Besseren belehrt. Auf dem Bierfestival, das in einer leer geräumten Kirche stattgefunden hat, haben wir unser sensorisches Wissen um niederländische Bierspezialitäten erweitern können. 40 Brauereien waren mit gut 200 Bierspezialitäten vor Ort. Auch die Gastronomie ist biertechnisch auf einem sehr hohen Level angesiedelt. Das Organisationsteam hat Hervorragendes geleistet. Allein die Logistik stellte eine Herausforderung dar, da wir immer an unterschiedlichen Treffpunkten gestartet sind. Es hat alles bestens funktioniert; dafür hat ein eigens für das Treffen entworfener Flyer gesorgt, mit dem alle Kollegen im Bilde waren und mit dem sie zudem die Kontaktdaten des Teams in der Hand hatten. Die Frühjahrstagung in Den Haag hat uns wieder einmal deutlich gezeigt, welche Kraft von der Basis ausgeht und mit welcher Begeisterung sich Mitglieder für den Verband engagieren.

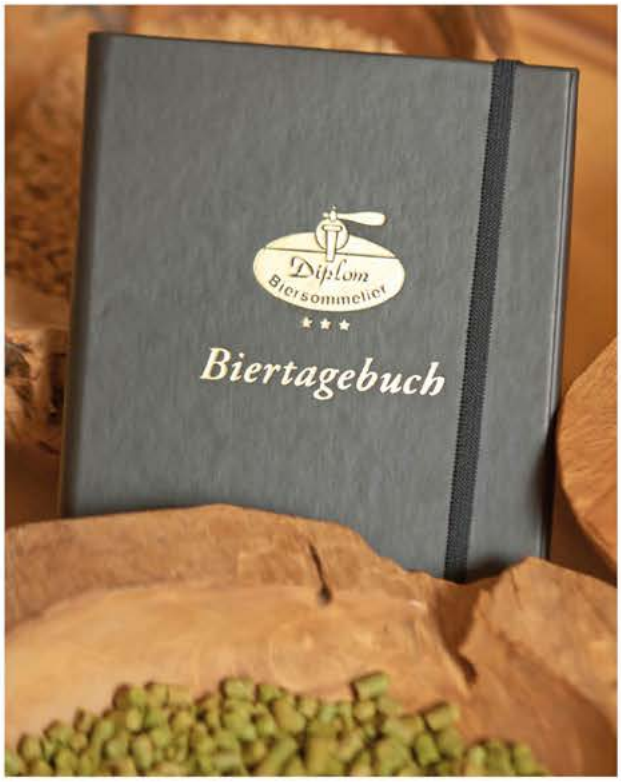
Bild: Biersommelierverband zu Gast in den Niederlanden

DIPLOM BIERSOMMELIERS

Bierkultur im Herzen
Auch Uwe Kalms berichtet im Nachgang nur Gutes. Für ihn und seinen Kollegen war es eine Herzensangelegenheit, das diesjährige Frühjahrstreffen ausrichten zu dürfen. Sie haben den Biersommeliers so mal zeigen können, an welchem Punkt die Niederlande in Sachen Bierkultur stehen, und haben sicher auch mit dem einen oder anderen Vorurteil aufgeräumt. Die Vorbereitung hat dem Fünferteam sehr viel Spaß gemacht. Mit dem gleichzeitig stattfindenden Bierfestival haben sie den perfekten thematischen Anker gewählt. Zusätzlich gab es weitere spannende Programmpunkte wie beispielsweise der Brauereibesuch bei La Trappe, eine Biersommelier-Beach-Party und eine geführte Tour durch die Gastronomie. Wir freuen uns, wenn wir bis zur Jahrestagung eine Einladung eines Kollegen oder einer Sektion bekommen, die sich vorstellen können, das nächste Frühjahrstreffen zu organisieren.

Auf nach Österreich:
Jahreshauptversammlung in Ried

Im Oktober ist es wieder soweit: die Jahreshauptversammlung mit dem vorgeschalteten Schulungstag am Freitag. Auf Einladung des Innviertels sind wir zu Gast in Ried. In gewohnter Weise wird der Schulungstag auch in diesem Jahr wieder von Verbandsmitgliedern gestaltet. Dank ihrer Einbringung konnten wir wieder tolle Themen realisieren und fachkundige Referenten gewinnen. Am Vormittag werden Kollegen aus Deutschland, den Niederlanden, Österreich und der Schweiz Aspekte vorstellen, wie Bier als Buchungsmotiv dienen und damit der Tourismus eng mit Bier verknüpft werden kann. Nach dem Mittagessen wird es um ein sehr wichtiges Thema gehen: der Biersommelier als Gesprächspartner von Medien. Nach der Ausbildung steht man plötzlich im Rampenlicht, wird von Journalisten um seine Meinung gebeten. Nicht immer ist die Story, die der Reporter meist schon im Kopf hat, positiv und daher werdet ihr die Chancen und Risiken, die in einem Medieninterview stecken können, vorgestellt bekommen. Dabei gibt es wertvolle Tipps für den Umgang mit Journalisten. Der Abschluss wird sehr spannend, denn es steht ein



Bierpairing der ganz besonderen Art auf dem Programm: Musik als Einflussfaktor auf die Bierauswahl und das Konsumverhalten.

Weiterhin hat Biersommelier Karl Zuser ein fantastisches Rahmenprogramm zusammengestellt, bei dem jedem sicher die Auswahl schwer fallen wird. Am Samstag habt ihr unter anderem die Gelegenheit die parallel stattfindende Biermesse in Ried zu besuchen und wir vom Präsidium werden euch auf der Mitgliederversammlung über die Arbeit im letzten Jahr, die Ergebnisse sowie die anstehenden neuen Projekte berichten.

Das komplette Programm findet ihr auf der Verbandswebseite im internen Mitgliederbereich.

Ich freue mich auf das persönliche Treffen in Ried.

Euer
Christoph Kämpf, Präsident

Mit der Kraft des Keimes

Biere mit Charakter

Hopfen und Malz - Gott erhalts!

plohberger malz
grieskirchen österreich
Tel. 0 72 48 / 62 247
office@plohberger-malz.at

Brau- und Backmalze
biologisch oder konventionell

WO DIESE HERREN GEMEINSAM AUFTRETEN, PLATZT MAN IN EIN GIPFELTREFFEN.

Die Brauherren der Bierregion Innviertel sind allesamt stolz auf ihre eigenen Tropfen. Trotzdem schätzen sie, was in den Kesseln der Kollegen kocht. Und gelingt dem einen ein besonders gutes Bier (wie übrigens fast immer), ist das für die anderen acht Ansporn, es noch besser zu machen. Das ist wohl eines der Geheimnisse um die Vielfalt der Bierregion Innviertel.

www.innviertelbier.at

BIER REGION

INNVIERTEL
Überraschend wie sein Getränk.

9 BRAUEREIEN
80 BIERE

ober österreich

KHS – Weltmarktführer mit Fokus auf Getränke-Applikationen und komplette Anlagen

COMBIKEG
Die „Kleinen" ganz groß bei KHS – einem der Weltmarktführer, wenn es um Getränke geht

EINWEG-KEG
Etwas „Kleines ganz Groß" – eine Alternative zu den konventionellen KEGs

Mehr Information bei KHS Austria GmbH
Telefon: +43 (0) 2236 / 62510 • E-Mail: christian.dinges@khs.com

KHS
Filling and Packaging – Worldwide

Gluti's Kolumne

von Jens Luckart

Bildnachweis: r.o.: Axel Kiesbye, Hintergrund: shutterstock.com

Ist schon Halbzeit? Wie lange noch...

Das ist die zurzeit am häufigsten gestellte Frage, die Teilnehmer in unseren Kursen stellen. Jeder, der schon einmal in Kiesbye`s Bierkulturhaus war, weiß mit ziemlicher Sicherheit, dass sich die Frage nicht auf das nahe Ende unserer Seminare oder Braukurse bezieht. Diesbezüglich erleben wir eher viele Teilnehmer, die einfach nicht nach Hause gehen wollen, obwohl es offiziell Feierabend wäre. Stattdessen will man Gehörtes weiter diskutieren und vertiefen oder einfach noch ein Bier in ihrem "Wohnzimmer" genießen, oder beides.

Das „Wie lange noch?" hat die aktuelle Marktsituation im Blick. Wir erleben, dass der Biermarkt in Bewegung ist wie schon lange nicht mehr. Viele haben Angst vor einer Blase, die platzt, bevor die Welt sie wahrgenommen hat. Tatsächlich entdecken viele die Blase gerade erst jetzt. Es ist immer wieder ein Erlebnis mit Teilnehmern ein IPA zu verkosten und festzustellen, das war der erste Kontakt. Zum ersten Mal wurde der schimmernde Regenbogen auf der Blase wahrgenommen und sie bekommen Lust nach mehr. Wenn man so in der Szene verwurzelt ist, ist es immer wieder überraschend. Es gibt jemanden, der davon scheinbar noch nichts mitbekommen hat. Aber der Raum um die bierige Szene ist viel größer als die Szene selbst und das macht mir Mut und gibt mir fast Gewissheit: Es wird noch länger dauern.

Wenn`s mal wieder länger dauert, braucht man was mit Biss. Und Craftbier, so nennen wir es ja, hat Biss, zumindest sinnvolles Craftbier. Das oben verwendete Bild der Blase ist ja nicht unbedingt das stabilste und verlässlichste Gebilde. Eine Blase kann groß werden und wirklich lange halten. Man muss sich aber um sie kümmern und behutsam mit ihr umgehen. Das schaffen wir nur Miteinander, große und kleine Brauereien, Hobbybrauer und große Verbände.

Wir alle sind dafür verantwortlich, dass die Bewunderung für Bier lange anhält. Leider kommen wir aus einer Zeit, in der wir mit Märzen und Pilsbieren am Markt eher wie mit einem Lederfußball einen körperbetonten Kampf im Mittelfeld geführt haben. Diesen Umgang verzeiht uns aber das schimmernde Kunstwerk nicht. Ein Miteinander ist notwendig und dieses Miteinander wird von vielen beeinflusst. Daher fällt die Antwort auf die Frage, wie lange noch, relativ kurz aus: Keine Ahnung. Es hängt einfach von zu vielen Einflussfaktoren ab, Potential hätten wir sicher für 60 Jahre. Aber die meisten verhalten sich wie auf dem Fußballplatz und da geht vielen vor der Halbzeit schon die Luft aus.

Kiesbye`s Bierkulturhaus in Deutschland

Im August und September sind wir mit unserem neuen **Biermobil** in Deutschland unterwegs. Unsere Tour geht im Uhrzeigersinn von Obertrum über München - Stuttgart - Mainz - Köln - Bochum - Münsterland - Hamburg - Sylt - Rostock - Rügen - Berlin - Hannover - Goslar - Bamberg und Passau durch die ganze Bundesrepublik. Wir werden unsere Akademie-Absolventen besuchen und so die Beziehung zur *alma mater* auffrischen sowie einzigartige Stätten der Neuen Bierkultur anfahren.
Natürlich haben wir immer auch gekühlte Bierspezialitäten dabei, sowie zur Not auch ein Hubdach zum Schlafen - aus praktischen Gründen...
Wir werden unsere Erfahrungen bloggen und euch immer mitteilen, in welchem Lokal wir wann anzutreffen bin! Es würde uns freuen, möglichst viele auf unserer Reise durch die deutsche Bierszene zu treffen!

/bierkulturhaus

Unsere Produkte umfassen ein breites Angebot an Hopfensorten aus allen Teilen der Welt. Dazu zählen neben vielen weiteren innovativen Erzeugnissen vor allem neue, experimentelle Hopfenzüchtungen, Hopfenöle, Extrakte, Kettle- und Downstream-Produkte, Produkte mit antibakteriellen und antioxidativen Eigenschaften sowie Grundstoffe für phytopharmazeutische Anwendungen.

DEM KUNDEN VERPFLICHTET

INDIVIDUELLE BETREUUNG IST DIE GRUNDLAGE UNSERES ERFOLGS

Als Unternehmen, das in über 170 Jahren Firmengeschichte einen umfassenden Erfahrungsschatz im Anbau von Hopfen erworben hat, wissen wir, dass der Ursprung von Qualität in den Hopfengärten liegt.

Unser Anspruch ist es, unseren Kunden qualitativ hochwertige Produkte zu liefern und sie bestmöglich zu unterstützen, da wir großen Wert auf die Pflege langfristiger Partnerschaften mit Hopfenerzeugern und Brauereien legen.

Das Engagement für den Kunden ist in unserer Firmenphilosophie fest verankert. Unser Ruf als führender Anbieter von Qualitätshopfen basiert seit jeher auf unserem hohen Anspruch, die Bedürfnisse des Kunden rundum zufriedenzustellen.

WWW.HOPSTEINER.COM

Hopsteiner.

More KEG – More Diversity

- **PLUS KEG / junior PLUS KEG**
  Teil- und vollummantelte PU-KEGs
- **ECO KEG**
  Edelstahl KEGs mit PP Kopf- und Fußringen
- **SUDEX Edelstahl KEG**
  100 % Edelstahl KEGs
- **Party-KEG**
  Party-KEGs zum Selberzapfen

www.schaefer-container-systems.de

Franz Gruber · Werksvertretung SCHÄFER · Österreich & Südtirol
4780 Schärding am Inn · Franz-Engl-Straße 11
Telefon: +43 (0) 7712/3463 · Telefax: +43 (0) 7712/7727 · Mobil: +43 (0) 664/3508444 · Email: franz_gruber@inext.at

SCHÄFER CONTAINER SYSTEMS

SCHÄFER IN ÖSTERREICH STARK PRÄSENT

Der Hersteller von Mehrweg- und Getränkebehältern aus Edelstahl und IBC Container, Schäfer Container Systems, ist am österreichischen Markt stark vertreten. Im Fokus des Vertriebs stehen besonders Kegs für Bier. So schätzen die Brauereien nicht nur, dass sie die Kegs auch in bedarfsgerechten Mengen abnehmen können. Die traditionsreiche Kunst des Bierbrauens trifft zudem auf eine Vielfalt unterschiedlicher Designs. Die Produktauswahl an unterschiedlichen Kegs, Muffen- und Fittingtypen sowie die Möglichkeit, die Kegs durch Bedruckung kundenspezifisch zu gestalten, ermöglichen den Brauereien einen individuellen Markenauftritt. Besonders bevorzugt werden derzeit auch die Party-Kegs mit traditionellem bayerischem Anstich.
Weitere Infos: www.schaefer-container-systems.de

Bild: Von links SCHÄFER – Verkaufsleiter für D/A/CH Uwe Herzog und der zuständige Handelsvertreter für Österreich Franz Gruber. Foto: Werk.

>>BARCELONA<<

GEHEIME METROPOLE DES CRAFTBIERES

Text: Axel Kiesbye
Bildnachweis: Nadja Höke

Nadja und ich folgten Ende März dem Ruf meines mallorquinischen Freundes Miguel nach Barcelona, um in die aufstrebende Craftbierkultur seiner Regionalhauptstadt einzutauchen. Nachdem Miguels Schwiegereltern in Barcelona wohnen, hatten wir einen echten Insider als Bierführer dabei.

Zunächst ging es auf das **Barcelona Beer Festival**, wo uns sogleich Johannes "Honso" Kugler von BrewAge über den Weg lief. Er sollte der einzige deutschsprachige Bekannte bleiben, was über die Bekanntheit des Festivals in der hiesigen Szene schon viel aussagt. Völlig zu unrecht, denn das Barcelona Beer Festival gehörte zu meinen beeindruckensten Bier-Erfahrungen der letzten Jahre! Schon die Größe ist rekordverdächtig: 4.500m² Fläche, 400 Craftbiere, 32.000 Besucher an 3 Tagen!
Besonders spannend ist das Konzept. So gibt es keine eigenen Brauereistände, sondern genau 100 Zapfhähne, die von Festival-Staffs betreut werden. Welches Bier an welchem Hahn ausgeschenkt wird, kann einer gigantischen Kreidetafel entnommen werden. Ein Tap Take over wird mittels Schiffsglocke und einer kleinen Bühnenshow der Crew angekündigt. Damit die Beratung nicht zu kurz kommt, gibt es fixe MTB (Meet the Brewer)-Termine, bei welchen der Braumeister Rede und Antwort steht. Außerdem wird das Festival von 30 Ausstellern der Brauereiwirtschaft und zahlreichen Vorträgen umrahmt. Handwerkliche Musik und Streetfood gepaart mit Craft-Kaffee und Craft-Gebäck reizten unsere übrigen Sinne. Bei 5 Euro Eintritt und 1 bis 3 Euro pro Bierprobe sowie keinerlei (!) Kosten für die ausstellenden Brauereien (sie liefern nur das Bier gratis ab) gehört das Festival zu den günstigsten in Europa.

Weiter ging es dann zur 2016 eröffneten Gasthausbrauerei von **Naparbier**. Eine architektonische Offenbarung mit tollen, ausdifferenzierten Bieren (diverse Ales, Porter, Stout, Saison, Pils, Imperials, Dubbel, Colab-Brews) gebraut auf einer BrauKon-Anlage. Die Etiketten mit einer Präferenz für Totenköpfe sind allerdings gewöhnungsbedürftig.
Auch die Bierbarszene in Barcelona erlebt einen rasanten Aufschwung. Neben dem stylisch-punkigen **BrewDog-Pub** und dem Flagship-Pub von **Mikkeller** ist vor allem **BierCaB** zu erwähnen. Hier finden Bierliebhaber alles, was das Biergenießerherz höher schlagen lässt: 30 Zapfhähne, hunderte Biermarken aus der Flasche, davon ein Schwerpunkt auf belgische Biere und Sour Beers. Alles digital angezeigt auf Flatscreens und in einem angenehmen Ambiente perfekt mit hochwertigen Tapas kombiniert. Weitere Bierpubs wie **GarageBeer** oder **Kaelderkold** machten den Pub Crawl in Barcelona perfekt.

Für mich ist Barcelona ein echter Geheimtipp für Craftbier geworden, zumal die Stadt wunderschön ist und mit Strand, Kulinarik und Kultur alles zu bieten hat.

INASERV®
INDUSTRIAL AUTOMATION SERVICES LTD

PRODUKTIONS-OPTIMIERUNG

- ERSATZTEILE
- REPARATUREN
- SERVICE
- SUPPORT
- CONSULTING

PRODUKTIONS-AUTOMATION

- MODERNISIERUNG
- PROZESSINDUSTRIE
- FERTIGUNGSINDUSTRIE
- LOGISTIK
- ROBOTICS

KONTAKT

Eur-Ing.
Horst Neulinger

INASERV
Industrial Automation Services LTD

Tel. Österreich +43 699 155 151 20
Tel. Deutschland +49 8503 923 99 15
E-Mail office@inaserv.com
Web www.inaserv.com

ALFRED GRUBER KEG-ANLAGEN

» Halb- und vollautomatische Reinigungs-, Füll- und Verschließmaschinen für Kegs, Flaschen, Dosen und Party-Kegs
» KEG-Transpondertechnik
» Kleinbrauereien bis 200 Liter

GRUBER
KEG-ANLAGEN

INFOS ZU ALLEN PRODUKTEN AUF **WWW.KEG-GRUBER.AT**
Alfred Gruber Gesellschaft m.b.H., Eugendorf bei Salzburg – Telefon: +43/6225-7160-0

Haus der **131** *Biere*

Karlshöhe 27 · D-22175 Hamburg
☎ +49(40)640 72 99
🖷 +49(40)640 20 71
e-Mail: info@haus-der-131-biere.de
www.haus-der-131-biere.de

BEER AROUND THE WORLD
BIER IST UNSERE LEIDENSCHAFT

Craftbiere
aus aller Welt

RÜCKBLICK

UNSER GRAND CRU-KURS „BIER & GLAS" DER FÜNFTE ROHSTOFF DES BIERES!

Text: Jens Luckart
Bildnachweis: Axel Kiesbye

Bild: Workshop Spiegelau - Biergläser im Test

Bereits über fünf Jahre bin ich hauptberuflich in Kiesbye`s Bierkulturhaus tätig. Seitdem haben wir viel weiterentwickelt, perfektioniert und neu entdeckt. Der Bereich der mich aber am meisten fasziniert, ist das Thema Bierglas. Ich erinnere mich an erste Verkostungen zu zweit, Axel und ich, auf der Bierbank vor dem Bierkulturhaus. Wir verkosteten ein Stout aus der Trumer schlanken Stange und aus dem Diplom Biersommelier-Glas. Der Unterschied war enorm. Von dieser Verkostung an wollten wir aber auch verstehen: WARUM ist das so? So ist aus der ersten Entwicklung des Diplom Biersommelier-Glases vor über 13 Jahren ein Forschungsprojekt entstanden, das uns mit vielen namhaften Glasfirmen in Kontakt gebracht hat.

Bild: Workshop Spiegelau - Herr Georg Riedel probiert

Viele der ganz Großen waren schon im Bierkulturhaus, um dort Gläser zu entwickeln. So waren etwa Rastal für das Craft Master 2 oder Spiegelau für das neue Craft Pilsner Glas da - nur um die Aktuellsten zu nennen. Das Bierglas hat nicht nur Einfluss auf die Sensorik. Es sendet mehr Botschaften an uns, als wir wahrhaben wollen. Deshalb bezeichnen wir seit einigen Jahren das Glas als den fünften Rohstoff des Bieres.
Im Grand Cru "Bier&Glas" decken wir die Geheimnisse des Glases auf. Das Glas spricht alle unsere Sinne an und jeden einzelnen Ansichtspunkt davon werden wir unter die Lupe nehmen. Ich verspreche jedem der teilnimmt, dass sich neue Welten der Sensorik auftun werden. Im Grand Cru "Bier & Glas" werden noch nie veröffentlichte Erkenntnisse vermittelt, in praktischen Übungen am eigenen Körper erlebt und nachhaltig verstanden.

Die Grundaussage vieler Teilnehmer ist immer wieder die gleiche: „Also wenn ich das vorher gewusst hätte. Ich hätte mich bei der Wahl des Glases ganz anders entschieden!"

Der nächste Kurstermin:
20. bis 21.09.2017
Anmeldung unter info@bierkulturhaus.com

BIERPHYSIK

Der Einfluss von Fluiddynamik und Glasdesign auf das Bierbouquet

Text: Hubert Hanghofer. [1] http://henrys-law.org/. [2] http://webbook.nist.gov/chemistry/; Bildnachweis: Mathias Scheuringer www.pirart.at, r.u.: *Schaumbildung.png* von Roland.chem, modifiziert durch Hubert Hanghofer, lizensiert unter CC BY-SA 3.0

Wie entsteht eigentlich das Bierbouquet im Glas? Weinkenner mögen mir die Respektlosigkeit verzeihen, aber ich habe keine Bedenken, ihren Begriff „Bouquet" auf Bier anzuwenden! Als Bouquet bezeichnet man im Allgemeinen das komplexe Zusammenspiel einzelner Aromastoffe zu einem Gesamteindruck, der einen individuellen Charakter verleiht. Man könnte es auch als Aromen-Depot (oder neudeutsch vielleicht als „Aroma-Cloud?") beschreiben, denn das Bouquet bildet sich über der Flüssigkeitsoberfläche aus und verweilt einige Zeit im Glas, bevor es von uns genussvoll inhaliert oder von einem lauen Lüftchen entführt wird.
Der Beitrag eines Aromastoffs zum Aromaprofil dieser Duftwolke steigt mit dessen Konzentration und der Empfindlichkeit unserer Geruchsrezeptoren gegenüber seinen Molekülen. Anzahl und Typ der Chemorezeptoren unserer Sinnesorgane bestimmen die individuelle, persönliche Geruchsschwelle – also die Mindestkonzentration, die ein Aromastoff aufweisen muss, um eine Sinneswahrnehmung auszulösen. In Bezug auf das Bouquet ist dabei anzumerken, dass auch das Zusammenspiel unterschwelliger Spuren von Aromastoffen eine Geruchsempfindung auslösen kann. Aber um überhaupt etwas zu bewirken, müssen die Aromastoffe erst einmal die Flüssigkeitsoberfläche überwinden, um in die Duftwolke (das Bouquet) einzudringen.

Flüchtigkeit

Da wäre zunächst einmal die Flüchtigkeit bzw. Volatilität des Aromastoffs zu berücksichtigen, physikalisch beschrieben als Dampfdruck. Mit zunehmender Temperatur steigt die kinetische Energie der Moleküle. Gleichzeitig verringert sich die als Barriere wirkende Oberflächenspannung, wodurch mehr Moleküle aus dem Flüssigkeitsverband freigesetzt werden. Nehmen wir an, die Flüssigkeit befindet sich in einem absolut luftleeren, geschlossenen Gefäß, so würde sich über der Flüssigkeit allmählich ein Dampfdruck aufbauen, bis schließlich ein temperaturabhängiges Gleichgewicht (der Sättigungsdampfdruck) erreicht ist.
Der englische Mediziner und Chemiker William Henry berichtet 1803 in der Royal Society of London über Experimente zur Löslichkeit von Gasen bei unterschiedlichen Temperaturen und Drücken. Das nach ihm benannte „Henry-Gesetz" ist auch für flüchtige Stoffe (Aromastoffe) gültig und sagt aus, dass ein direkter Zusammenhang besteht zwischen der Konzentration eines Aromastoffes in der Flüssigkeit und dessen Konzentration (in diesem Fall „Partialdruck") in der Gasphase (also im Bouquet). Die daraus abgeleitete Flüchtigkeitskonstante KH beschreibt die Verteilung zwischen Gasphase und Flüssigkeit, die je nach Sättigungsdampfdruck und Löslichkeit des Aromastoffes sehr unterschiedlich ausfallen kann. Ist die Konzentration eines Aromastoffs im Bier bekannt, kann mit KH dessen Anteil im Bouquet (Partialdruck) berechnet werden. Umgekehrt lässt sich z.B. aus der Geruchsschwelle einer Substanz in der Gasphase deren (temperaturabhängige!) kritische Konzentration in der Flüssigkeit berechnen.

Die aus den Quellen [1,2] abgeleitete Tabelle gilt nur für reine Stoffe in verdünnter wässriger Lösung.

Flüchtigkeitskonstanten einiger Aromen

Aromastoff	K_H @25°C Pa*L/mmol	Geruch nach…
Pronyl-Lysin	n.a.(<1?)	Melanoidin, Brotkruste
2,3-Diethyl-5-methylpyrazin	1,2	Röstaroma
Isoamylalkohol	1,4	Fuselalkohol
Diacetyl	1,8	Butteraroma
Linalool	5	blumig
Geraniol	5,9	zitrusartig
2-isobutyl-3-methoxypyrazi	5,9	Röstaroma
Ethylacetat	16,1	Ester, Lösungsmittel
Isoamylacetat	38,5	Banane
DMS	200	Kohlgemüse

Eine grobe Abschätzung von KH erhält man aus dem Verhältnis Sättigungsdampfdruck zu Löslichkeit. Im Bier wird die Löslichkeit durch Mineralstoffe (Salinität) und Dextrine (Restextrakt) i.d.R. herabgesetzt. Dadurch verschiebt sich die Verteilung in Richtung Gasphase, wodurch sich die Flüchtigkeitskonstante erhöht.
Der Dampfdruck steigt mit zunehmender Temperatur. Wie sich das auf den Anstieg von KH auswirkt, hängt wiederum davon ab, wie sich die Löslichkeit mit steigender Temperatur ändert: Steigt sie an, wird die Zunahme flacher ausfallen als bei gleichbleibender oder sinkender Löslichkeit. Bei den ausgewählten Aromastoffen schwanken die Temperaturkoeffizienten etwa um den Faktor 2 zwischen 3.500K (DMS) und 7.200K (Isoamylalkohol). Das zeigt uns, dass die Trinktemperatur einen Einfluss auf die Zusammensetzung des Bouquets hat und erklärt auch den Unterschied zwischen orthonasalen und retronasalen Wahrnehmungen. Die Datenbasis ist noch sehr mager, aber die Erfahrung zeigt, dass bei zunehmender Erwärmung Ester und höhere Alkohole im Aromaprofil dominanter werden.

Schaumbildung verstärkt Aromen

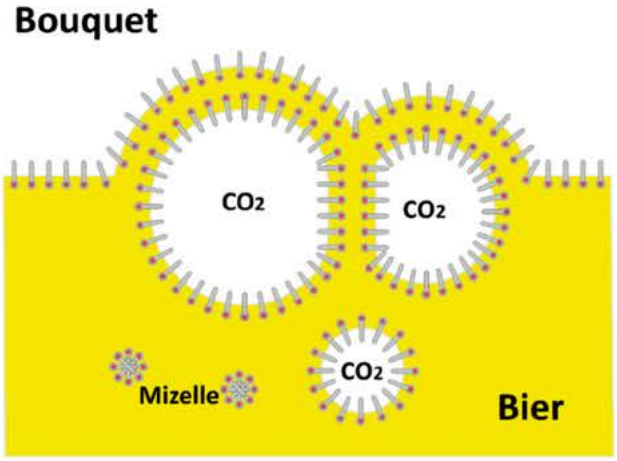
Obige Zusammenhänge beschreiben den statischen Gleichgewichtszustand, wie er sich allmählich im Bouquet über stillen Getränken wie Wein ausbildet. Nun ist Bier aber ein lebhaft-dynamisches Getränk. Es perlt, schäumt, befindet sich ständig in Bewegung und das Bouquet liegt nicht auf einer spiegelglatten Oberfläche, sondern über einer Schaumkrone. Durch die Bläschen, die halb eingetaucht obenauf schwimmen, wird die Grenzfläche zwischen Bier und Bouquet in etwa verdoppelt, wodurch der Stoffaustausch beschleunigt und der Gleichgewichtszustand schneller erreicht wird. Darüber hinaus erhöht sich der Innendruck eines Bläschens durch dessen Oberflächenspannung und zwar umso stärker, je kleiner dessen Durchmesser ist.

Diese von Lord Kelvin 1871 beschriebenen Krümmungseffekte erhöhen den Dampfdruck (also die Flüchtigkeit) an der Aussenfläche eines Bläschens – die Aromastoffe werden aus dessen flüssiger Wandung quasi raus-gedrückt …und das Beste kommt zum Schluss: Es gibt jede Menge Nachschub in Form nachrückender Bläschen, die noch mit Aromastoffen übersättigt sind, denn die Bläschen spielen auch eine „tragende" Rolle beim Transport von Aromastoffen in die Schaumkrone!

Beim Aufsteigen reichern sich die Bläschen an ihren Grenzflächen mit oberflächenaktiven Stoffen an. Das sind in erster Linie Substanzen, die hydrophobe (wasserabweisende) Effekte zeigen. Ihre Moleküle bilden keine echte Lösung auf molekularer Ebene, sondern schließen sich mit ihren wasserabweisenden Enden zusammen. Diese Aggregate (Mizelle, siehe Grafik) gehören zu den Bierkolloiden und verursachen keine Trübung (=Lichtstreuung), da sie viel kleiner sind als die Wellenlänge des Lichts. Aufgrund ihres Bestrebens, sich vom Wasser abzuwenden, neigen die Moleküle des Mizells dazu, den Verband spontan zu verlassen, sobald sie an ein Bläschen andocken können. Auch hier gilt wieder: Je kleiner die Bläschen, desto besser, denn desto größer ist ihre spezifische Oberfläche und sie steigen aufgrund des geringeren Auftriebs langsamer auf bzw. verweilen länger im Bier, wo sie die oberflächenaktiven Stoffe aufnehmen und anreichern können. Zum besseren Verständnis eine kleine Rechenaufgabe: Die Kugeloberfläche einer Blase = $d2*\pi$, ihr Volumen = $d3*\pi/6$. Daraus folgt: 8 Blasen ergeben das gleiche Volumen wie 1 Blase mit dem doppelten Durchmesser, aber die glorreichen 8 ergeben die doppelte Oberfläche!

Zu den angereicherten oberflächenaktiven Stoffen zählen in erster Linie Proteine und Glycoproteine, die durch Bildung einer elastischen Haut schaumstabilisierend wirken. Hopfenbitter- und Gerbstoffe lagern sich in diese Haut ein; aber auch Aromastoffe wie Terpene, höhere Fuselalkohole, Röstaromen und die schwer flüchtigen Melanoidine. Letztere erfahren dadurch im Schaum eine Anreicherung, die eine deutliche Wahrnehmung im Bouquet überhaupt erst ermöglicht.

Die Baristi haben das schon länger erkannt! Die Crema enthält einen Großteil der Espresso Aromen. Um die Ausbildung eines Espresso-Bouquets sicher zu stellen, schreckt man nicht davor zurück, die Schaum fördernden, aber geschmacklich unterlegenen Robusta Kaffeebohnen den erlesenen Arabica Sorten beizumengen.



Fluiddynamik

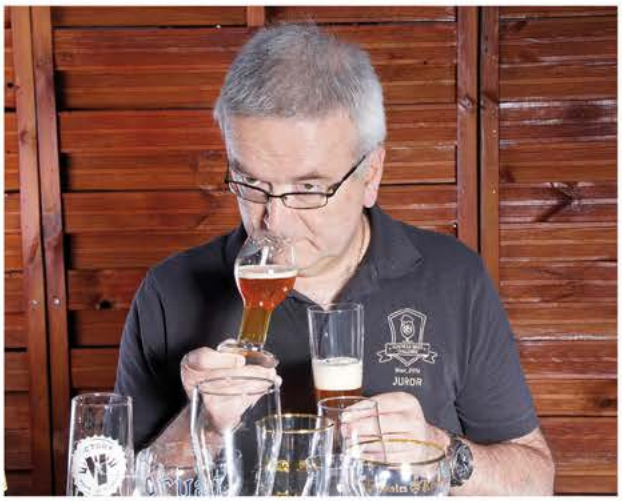
Kohlensäure ist auch in übersättigter Lösung ziemlich stabil. Aber bereits durch Verwirbelungen beim Einschenken wird an kleinsten Unregelmäßigkeiten der Glaswand Kohlensäure freigesetzt. Bei der Ablösung hinterlassen diese Bläschen erneut Turbulenzen. Dadurch ausgelöste geringfügige Druckschwankungen bilden schließlich den Quell einer ganzen Blasenkette. Beim Aufstieg in die Schaumkrone folgt diese Blasenkette der Glasform. Bei höher karbonisierten Bieren werden die Blasen auf dieser Reise wachsen. Kleine Blasen werden durch größere überholt und abgelenkt, was eine Verwirbelung der ganzen Blasenkette auslösen kann. All diese Ablenkungen verlängern den Weg der Blasen durch das Bier.
Endlich in der Schaumkrone angekommen, beginnen die auf der Reise angesammelten Aromastoffe zu verdampfen und können so an der Schaumoberfläche ins Bouquet diffundieren. Fluiddynamisch betrachtet ist das Bouquet zunächst eine dünne Grenzschicht über dem Schaum. Es kann zu einer Wolke anwachsen, bis diese am Glasrand überläuft oder durch Strömungen abgetragen wird.

Glasdesign

Aus diesen Betrachtungen ergeben sich viele Aspekte für die Auswahl des passenden Glasdesigns. Es kommt darauf an, was wir erreichen wollen und wofür wir bereit sind, Kompromisse einzugehen.
Als Diplom-Biersommeliere sind wir häufig mit zwei Aufgabenstellungen konfrontiert: Verkostungen zu organisieren oder ein bestimmtes Bier optimal zu präsentieren.
Die Auswahl eines universell einsetzbaren „Prüfmittels" fällt für mich auf das offizielle Bierdegustationsglas der Diplom-Biersommeliers. Der Geniestreich unserer Pioniere und Gründungsmitglieder weist Merkmale auf, die eine optimale Ausprägung des Bouquets fördern. Die Profilierung mit dem hohlen zylindrischen Schaft, der natlos in die tulpenförmige Kuppa (Schale) übergeht, ergibt auch für kleine Degustations-Mengen ab 30 mL eine Füllhöhe, die eine Ausbildung kontinuierlich strömender Blasenketten ermöglicht. Die maximale Ausbauchung liegt im unteren Drittel der Kuppa und lässt genügend Freiraum für Schaum und Bouquet. Mit 90mL ist dieser breiteste Querschnitt erreicht und mehr darf man für ernsthafte Degustationen niemals einschenken! Die nach oben hin konisch verlaufende Tulpenform fokussiert das Bouquet, sodass wir es beim Nosing über dem erweiterten Glasrand optimal wahrnehmen können. Wenn's nur um die Intensivierung des Bouquets ginge, drängt sich die Tulpenform förmlich auf. Bei der Präsentation bestimmter Biere oder Bierstile stehen aber oft andere Aspekte im Vordergrund. Diese können funktioneller Natur sein oder uns visuell auf das bevorstehende Genusserlebnis einstimmen. So werde ich mich beim Anblick eines breiten Pokals auf ein schweres Bier mit wuchtigem Körper einstellen, während eine Stange Kölsch oder Pils den schlanken Körper dieser Biere visualisiert. Für stark karbonisierte, hoch schäumende Biere muss das Glas die Funktion erfüllen, ausreichend Kopfraum für die Schaumkrone zu bieten. Die bekannten kelchförmigen, oben zylindrisch oder bauchig auslaufenden Profile der Weizenbiergläser sind ein gutes Beispiel für die Lösung dieses Problems durch funktionelles Design.

Da das Bouquet nur durch Trinktemperatur und Glasform beeinflussbar ist, sollte stets auf Synergien mit dem primären Designmerkmal geachtet werden. Viele Starkbiere weisen eine schlechte Schaumhaltigkeit auf, weil sich schaumnegative Aromastoffe (z.B. höhere Alkohole) in die stabilisierende Proteinhaut einlagern und diese schwächen. Hier sind breite Glasformen durchaus förderlich, weil die große Oberfläche die fehlende Vergrößerung der Phasengrenze (flüssig / gasformig) kompensiert, die durch eine zusammenhängende Schaumdecke gegeben wäre. Hohe Schaumkronen wiederum, wie sie bei Weizen und Pils auftreten, vertragen schlanke Glasformen, da die Anreicherung und Dampfdruckerhöhung von Aromastoffen im Schaum durch dessen Höhe potenziert wird.

Mit diesem Artikel erhebe ich keinen Anspruch auf vollständige Erfassung des Themas. Ich beschränke mich nur auf den Teilbereich Aromabildung im Glas und möchte einige Grundlagen näher bringen, die oft übersehen werden. Einige Aspekte sind noch wenig erforscht bzw. mit belastbaren Daten belegt. Nicht jeder Effekt wird sich bei jedem Bier oder jedem Glasdesign gleich auswirken. Es gibt noch viel Optimierungspotenzial!



DER BIERMARKT

Die neuesten Trends und Zukunftsszenarien

Text: Axel Kiesbye, Umfrageergebnisse stammen aus dem Buch "Bierbusiness" von Werner Beutelmeyer und Conrad Seidl
Bildnachweis: Axel Kiesbye

Nachfolgend die Einschätzungen des Bierkulturhauses zur Entwicklung des Biermarkts:

Brauerei als Markenerlebniswelt

Umfragen zeigen, dass 82% der Biertrinker schon einmal an einer Brauereibesichtigung teilgenommen haben und das 78% gerne einmal lokale Biere aus ihrer Urlaubsregion konsumieren. Immerhin 58% meinen, dass sie bevorzugt das Bier kaufen, das sie durch eine Brauereibesichtigung kennen gelernt haben!
Fazit: Die Brauereibesichtigung ist eine gewaltige touristische Attraktion und kann, richtig in Szene gesetzt, erheblich zur Markenbekanntheit und -bindung beitragen.

Image des Bieres

2009 haben nur 31% von einer Imageverbesserung bei Bier gesprochen, 2016 bereits 78%. Geschuldet ist dies der Craftbier- und Biersommelierbewegung.
Fazit: Die Wertschätzung für Bier steigt weiter, was auch der Craftbierbewegung bei entsprechender Qualität ein gutes Fundament geben kann.

Wertigkeit des Bieres

Im Vergleich zu Wein gilt der Bierliebhaber immer noch als weniger genussorientiert, beruflich nicht so erfolgreich und einkommensschwächer, obwohl sich diese Werte gegenüber 2009 erheblich verbessert haben. 65% der branchenfremden Befragten meinen, das gutes Bier nicht teuer sein muss.
Fazit: Bier zu Weinniveaupreisen zu verkaufen wird weiterhin schwierig sein, zudem befürchten wir einen zunehmenden Preisverfall durch die starke Mitbewerbssituation und den Einstieg der Brauindustrie in das Bierspezialitätensegment. Craftbier jedoch über den Preis zu promoten, ist der sichere Tod.

Bierqualität in der Gastronomie

Unkultivierte Bierbehandlungen (schlecht gezapft, Zusammenpantschen aus mehreren Gläsern, Nachtwächterbier, Bier trüb oder sauer, zu kalt, aufkarbonisiert usw.) reichen rund 30% der Gäste, um das Lokal nie wieder zu betreten!

Fazit: Die Gastronomie ist die größte Herausforderung, wo sich die Weiterentwicklung des Marktes entscheidet. Die lt. Umfrage niedrige Bereitschaft der Brauereibesitzer und Getränkehändler von nur 17%, in die Qualifikation der Gastronomen zu investieren, ist erschreckend niedrig. Hier ist ein Umdenken dringend notwendig.

Hippe Bierstile der Zukunft

Die Umfrage von 2016 sieht das größte Potential bei IPAs, alkoholfreiem Weizen und Pale Ales, allesamt alles Bierstile, die leicht aber aromatisch sind.

Fazit: Die Zeit der ganz schweren, alkohol- und charakterstarken Craftbiere scheint vorbei, wobei es sich in der Nische sicher gut leben lässt.

Biervielfalt

Auf dem aktuellen Niveau ergibt sich bereits ein Überangebot an Biermarken. Nur von den Biernerds allein kann eine Brauerei nicht leben. In den USA führt die hohe Komplexität der Biermarken bereits zu Verwirrungen und Abwendungen zum Einfachen & Altbekannten.

Fazit: Der Bierkonsument benötigt gute und einfache Geschichten die er versteht und Produkte, die ihn sensorisch dort abholen, wo er sich aktuell befindet. Eine Rückbesinnung auf lokale, in Vergessenheit geratene Bierstile ist oftmals authentischer, als jeden aktuellen Hype aus Übersee zu übernehmen.

SAISON FÜR SESSION

WARUM NUN LEICHTE BIERSTILE GEFRAGT SIND

Endlich Sommer! Was gibt es da Schöneres, als sich in der Mittagspause im Schatten eines Baumes zu entspannen oder am Abend einen lauschigen Biergarten aufzusuchen. Mit dem landesweiten Steigen der Quecksilbersäulen ändert sich auch die Erwartungshaltung an das Blonde oder Dunkle. Wer das beachtet, hat zufriedenere Gäste und Kunden!

Text, Bildnachweis: Axel Kiesbye

Bier in seiner ganzen Vielfalt ist purer Genuss. Gerade im Sommer ist Bier das Synonym für Durstlöscher. Steht doch bei 88% der Bevölkerung (lt. "Bierbusiness, Werner Beutelmeyer, Conrad Seidl, medianet, 2017") Erfrischung und Durstlöschung an oberster Stelle der Erwartungshaltungen an ein Bier. Mit stark steigender Tendenz!
Schon im Klassiker "Alles über den Durst" wurde die physiologische Seite des Genusses untersucht. Bei Bier ergeben sich dabei spannende Gesichtspunkte, sowohl für den Brauer, als auch für den Gastronomen.

Kohlensäure

Der Konsument erwartet sich Erfrischung durch mehr Säure. Denn Säure tonisiert den ganzen Körper, regt den Kreislauf an und macht munter. Dazu ein mehr an feinem Prickeln im Mund und perfekt ist der Tag. Daher Biere anbieten, die mehr Kohlensäure enthalten, z.B. die meisten Weizenbiere.

Biertemperatur

Ein guter Wirt regelt seinen Kühlraum oder Durchlaufkühler im Sommer deutlich herunter. Mit vier bis sechs Grad Celsius Biertemperatur liegt man richtig, wenn im Gastgarten ausgeschenkt wird. Denn nicht nur die Gläser bzw. Krüge sind wärmer, sondern die Trinkumgebung ist schweißtreibender.

Wartezeit

Bei viel Durst sollte man seine Gäste nicht warten lassen. So schön das Öffnen und Präsentieren einer großen, bekorkten Gourmetflasche sein kann und wie wichtig die Glasauswahl für den Genuss ist; im Sommer geraten diese Qualitätsattribute stärker in den Hintergrund. Warum nicht mal ein kultiges Bier direkt aus der Flasche anbieten? Das geht schnell und die Infos zum Bier kommen direkt vom Etikett.

Aromenintensität

Sommerbiere sollten leicht zu Zischen sein. Das gilt sowohl für die Alkoholstärke, als auch für alle Fülle und Körper gebenden Bierinhaltsstoffe. Ein mastiges, mit hoher Restsüße versehendes Bier wird kaum begeistern. Und allzu anstrengende Sinnesarbeit will der Dürstende auch nicht vollziehen. Auch ist bei der Bierauswahl darauf zu achten, dass die Bieraromen sommerliche Assoziationen wecken. Hopfenaromen nach Blüten, Zitrusfrüchten, Wassermelonen oder Minze sind lässig, schwere karamellig-nussig-schokoladige Eindrücke oder Barriquenoten nur beschränkt verkäuflich.

Die perfekten Sommerbiere

Alkoholfreie Biere oder Biere mit weniger Alkohol haben absolut Saison. Besonders empfehlenswert sind **leichte Weizenbiere** oder **Session IPA**s, da sie in der Regel trotzdem spannende Fruchtaromen haben, durch die Natürtrübung einen ausreichenden Körper besitzen und mit einer dominateren Säure aufwarten. Ähnliches gilt für **versektete Ales**, die sehr trocken im Mund sind und eine weinartig-säuerliche Frische liefern. Sprichwörtlich cool sind **Berliner Weisse**, die **Gose**, das **Australian Sparkling Ale** oder **Sauerbiere** verschiedener Regionen. Oder warum nicht ein **Kräuterbier** mit kühlender Minze, Melisse, Verbene auswählen?

WIR LIEFERN 100%

FÜR IHRE WERBUNG OHNE STREUVERULSTE

Unsere Leserinnen und Leser sind ausschließlich Bierkenner, Bierliebhaber und Biergenießer. Bringen Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen direkt an den Kunden von morgen - mit einer Schaltung in Kiesbye´s BIERKULTURMAGAZIN!

Anzeigentarife und -formate:

1/1 Seite
210 mm x 297 mm abfallend
4 c € 690,00

1/2 Seite
195 mm x 138 mm
4 c € 490,00

1/3 Seite
195 mm x 91 mm
4 c € 350,00

1/8 Seite
80 mm x 65 mm
4 c € 190,00

Erscheinungsweise
2 x pro Jahr - Juni & Dezember

Auflage
ca. 3.000 Stück pro Ausgabe

Sichern Sie sich Ihren Platz!
info@bierkulturhaus.com

Topthema:

Preise verstehen sich pro Ausgabe zzgl. 20 % MwSt., bei mindestens drei Schaltungen ab Ausgabe 51.
Die Inhalte der drei Schaltungen können wechseln.

Vorschau: In der nächsten Ausgabe...

BIERARIUM

WELTMEISTERLICH:
Nachbericht zur WM der Sommeliers für Bier

REISELUST:
Die Craftbierszene in NY und Philadelphia

BIERKULTURHAUS

GRAND CRU "BIER & WEIN:
Das Match der Kulturgüter

UNSERE GASTRO-OFFENSIVE:
Neue Impulse - große Chancen!

IMBIERIUM
Kiesbye's BIERKULTURMAGAZIN
für anspruchsvolle Biergenießer!

Redaktionsadresse: Axel Kiesbye GmbH,
Sixtenstr. 3, A-5162 Obertrum
E-Mail: info@bierkulturhaus.com
Internet: www.bierkulturhaus.com
Layout: Markenconsult
Bildnachweis Cover: Sabrina Prem
Inhalt: Axel Kiesbye,
Verband der Diplom Biersommeliers,
Anzeigen: Sabrina Prem
sabrina@bierkulturhaus.com
Erscheinungsdatum: 2x Jährlich
Auflage: 3000 Stk