

Bier ist im Salon angekommen

Die Brauerei Schützengarten konnte ihren Absatz steigern. Es half der Trend zu Qualität und alkoholfreiem Bier.

KasparENZ

Über Jahre hinweg tranken die Schweizer immer weniger Bier. 2018 zeigte die Kurve wieder in die Höhe. Das war wohl der Hitze und der Fussball-WM zu verdanken. Das zumindest glaubten die Brauereien. Stattdessen nahm der Bierkonsum der Schweiz auch im vergangenen Braujahr noch einmal zu, um ein Prozent auf 4,74 Millionen Hektoliter. «Dabei wurde vor allem zwischen Oktober und April gut verkauft», sagte Reto Preisig, CEO der Brauerei Schützengarten gestern vor den Medien. «Mai und Juni waren auch wegen des Wetters ziemlich schlecht.» Trotzdem verkaufte auch die St. Galler Brauerei im vergangenen Jahr rund 1,2 Prozent mehr Bier als im Vorjahr. Ob damit aber eine Trendwende erreicht ist, darauf will sich Preisig nicht festlegen.

Allerdings kann Schützengarten von einigen Trends profitieren, die den Biermarkt in den letzten Jahren prägten. «Bier hatte lange den Ruf eines Männergetränks. Es galt als Durstlöcher statt als Genussmittel», sagte Reto Preisig gestern vor den Medien. Das habe sich definitiv geändert. Verantwortlich dafür seien nicht zuletzt der Boom der Kleinbrauereien und deren Bierspezialitäten. Mehr als 1100 biersteuerpflichtige Brauereien gibt es mittlerweile in der Schweiz. «Das sind alles Botschafter für das Bier.»

In den Nischen mitmischen

«Die allermeisten dieser Brauereien sind in Nischen tätig»,



Der Braukessel im St. Galler Restaurant Brauwerk dient der Brauerei Schützengarten als Spielwiese für Bierexperimente.

Bild: Adriana Ortiz Cardoso

«Bier galt als Durstlöcher statt als Genussmittel.»



Reto Preisig
CEO Schützengarten

Schweizer Biere auf dem Vormarsch

Lange klagten die Schweizer Brauereien über die steigende Zahl der importierten Biere. Vor allem die Billigbiere bereiteten ihnen Kopfschmerzen. Doch diese Zeit scheint vorbei. Einmal mehr nahmen die Bierimporte ab, wie der Schweizerische Brauerei-Verband gestern mitteilte.

Tranken die Schweizer im Braujahr 2017/18 noch 1,09 Millionen Hektoliter ausländisches Bier, waren es dieses Jahr rund 40 000 Hektoliter weniger. Der Marktanteil der Importbiere sank damit auf 22,2 Prozent am Gesamtmarkt. Dies in einem Bierjahr, in dem der gesamte Absatz

zum zweiten Mal in Folge stieg. Pro Kopf blieb der Bierkonsum aber bei rund 55 Litern konstant, wie der Verband feststellt. Zugeliegt hatte insbesondere der Absatz alkoholfreier Biere.

Zugenommen hat ausserdem die Anzahl der Brauereien. Ende Oktober 2019 waren bei der Eidgenössischen Zollverwaltung 1115 biersteuerpflichtige Brauereien registriert. Zwar sind viele von ihnen sehr kleine Betriebe, die für die Inhaber eher Hobby als Beruf sind. Doch wenn sie wachsen, stossen sie schnell an ihre Grenzen. Vor allem ausgebildetes Fachpersonal fehlt. Nur 25 Brauereien sind als Lehr-

betriebe zugelassen. Schweizweit absolvieren derzeit nur 35 Jugendliche eine Ausbildung zum Lebensmitteltechnologien im Bereich Bier. Der Verband sei deshalb bemüht, einerseits die Zahl der Ausbildungsplätze zu erhöhen, andererseits auch mehr Jugendliche auf den Beruf des Bierbrauers aufmerksam zu machen.

Die Brauerei Feldschlösschen und Coop wollen dabei nun aktiv helfen. Sie spendeten dem Brauerei-Verband 70 000 Franken. Dieser Geldbetrag soll unter anderem auch in die Errichtung einer modernen Lernwerkstatt fliessen. (ken)

sagt Preisig. Trotzdem könnten grössere Brauereien einige Marktanteile an sie verlieren. Schützengarten tut aber viel, um nicht dazugehören. «Der Trend zu Qualität spielt uns in die Hände», sagte Verkaufsdirektor Kurt Moor. Mit dem «Slow Brewing»-Zertifikat oder Bierspezialitäten wie dem «India Pale Ale» oder dem dieses Jahr lancierten Jubiläumsbier «Sud 1779» macht die Brauerei den Trend zu Qualität und Spezialitäten mit. Während das Lagerbier immer noch rund 80 Prozent des Schweizer Bieres ausmache, mache es nur 60 Prozent des Absatzes von Schützengarten aus.

Eine Spielwiese am Bahnhof

Mit der Eröffnung des «Brauwerks» am St. Galler Bahnhof haben die Brauer um den neuen technischen Leiter Richard Reinart eine Spielwiese bekommen. In der hauseigenen Brauerei werden hier Neukreationen ausprobiert. Dazu gehören auch Biere, die in limitierten Mengen in Holzfässern reifen.

Doch Schützengarten schwimmt nicht nur bei den Bierspezialitäten im Trend. Mit dem Grapefruit-Bier bedient Schützengarten gleich zwei Trends: Neben den Spezialitäten gehören sowohl Biermischgetränke wie auch alkoholfreie Biere zu den Kategorien mit steigender Nachfrage.

Während Schützengarten in den vergangenen Jahren viele neue Biere eingeführt hat, dürfte sich dieses Tempo etwas verlangsamen, sagte Preisig weiter. Nächstes Jahr werde man sich auf einen neuen Auftritt des traditionellen Lagerbiers konzentrieren. Ebenfalls geplant sind Massnahmen, um den Absatz im Detailhandel zu verbessern. Denn während der Verkauf über die Gastronomie und den Getränkehandel gut lief, büsste man im Detailhandel etwas ein. «Wir sind dabei, Massnahmen einzuleiten, die im Frühjahr greifen werden.»

Neues Sudhaus in Appenzell

Zufrieden mit dem vergangenen Braujahr ist auch «Appenzeller Bier»-Mitinhaber Karl Locher. Der Absatz der Biere aus Appenzell liege etwas über dem Schnitt, sagt er. Besonders gut liefen Spezialitäten wie der «Brandlöcher» oder das IPA. Ende des Jahres nimmt die Brauerei zudem ein neues Sudhaus in Betrieb.

Stahlbau gewinnt Diana Gutjahr

Industrie Interessen bündeln, im Strukturwandel bestehen, die Veränderungen im Zuge der Digitalisierung bewältigen und auf dem politischen Parkett präsent sein: Das beabsichtigt die Schweizer Stahl-, Metall- und Fassadenbaubranche. Sie schafft dazu eine neue Dachorganisation, die den gesamten Materialkreislauf der Branche abbildet, von der Produktion über den Handel bis hin zum Recycling. Initiiert hat das Projekt das Stahlbau-Zentrum Schweiz zusammen mit der bisherigen Dachorganisation Stahlpromotion Schweiz.

Als Präsidentin der neuen Organisation amtiert die Thurgauer Nationalrätin und Unternehmerin Diana Gutjahr. Sie führt mit ihrem Mann das Romanshorn Stahl- und Metallbauunternehmen Ernst Fischer AG und sagt: «Ich habe das Gefühl, in unserer Branche kämpft jeder für sich. Deshalb bin ich überzeugt, dass eine gemeinsame Stossrichtung äusserst wichtig ist.» Gutjahr will der Branche auch mehr politischen Rückhalt verschaffen. Zudem brauche sie Aufmerksamkeit, damit die Firmen die nötigen Fachkräfte fänden und junge Leute für die Berufe begeistern könnten.

In einem ersten Schritt sollen sich interessierte Verbände in die neue Dachorganisation einbringen können. In dieser sollen auch Projekte der Stahlpromotion weitergeführt werden, zum Beispiel die Aufklärungsarbeit über Vorteile der Bauweise an Hochschulen. Oder die Verleihung des Prix Acier, ein Preis für «exemplarische Stahlbauprojekte». (T.G.)

BFW hat ihr Portfolio bereinigt

Immobilien Mit dem Verkauf von weiteren neun Liegenschaften hat die Frauenfelder BFW Liegenschaften AG die Abrundung ihres Portfolios abgeschlossen. Dies hatte sie zusammen mit dem jüngsten Semesterergebnis angekündigt. Damit hat BFW im laufenden Geschäftsjahr total 13 Liegenschaften verkauft und brutto 97,6 Millionen Franken gelöst. Aus der Veräusserung dieser Liegenschaften erwartet das börsenkotierte Unternehmen einen einmaligen Gewinn vor Steuern von 9,6 Millionen Franken zu Gunsten der Rechnung 2019. In der Bilanzposition «zum Verkauf bestimmte Renditeliegenschaften» bleibt ein einziges Objekt in Kriens, das derzeit nicht verkauft werde. (T.G.)

ANZEIGE



Wehrli Lampenatelier Goldach

Blumenstrasse 66 | CH-9403 Goldach
071 841 23 68 | www.wehrli-leuchten.ch

- Lichtplanung
- Lampenschirme nach Mass
- Sonderanfertigungen
- Exklusive Wohnraumleuchten
- Grosser Showroom

