

BRAUEREIEN

Experimentieren geht über Kassieren: Dieses Bier wird im Limmattal gebraut

von Sophie Rüesch — Schweiz am Wochenende 25.3.2017 um 05:00 Uhr



Markus Friederich braut im Keller seiner WG in Schlieren das Ahoi Bier.

© Sandra Ardizzone

Die Schweiz hat dank Hunderter Kleinbetriebe eine der höchsten Brauereidichten der Welt. Auch im Limmattal fasst die Hopfen- und Malz-Kultur langsam wieder Fuss. Wir haben die Brauereien Darkwolf und Ahoi Bier besucht.

Eine Stange Bier, bitte: Dieser Satz ist vom Aussterben bedroht. Denn Bier ist längst nicht einfach Bier, das ist mittlerweile auch in der Schweiz angekommen – und im Limmattal, das in den vergangenen Jahrzehnten ein blinder Fleck in der Bierlandschaft war. Doch nun schießen auch hier Klein- und Kleinstbrauereien aus dem Boden, die sich dem sogenannten Craft Brewing verschrieben haben. Der Begriff wurde in den 1970er-Jahren in den USA geprägt, wo in Sachen Bier Einheitsbrei herrschte.

Modernste Diagnostik, schonende Therapien



Ärztezentrum

Limmattfeld

Telefon 044 745 17 50
aerztezentrum-limmattfeld.ch

Die Craft-Brauer trotzen den grossen Biermonopolisten – in der Schweiz sind das Carlsberg und Heineken –, indem sie besonderen Wert auf das Handwerk legen, lokale Verteilketten bevorzugen und äusserst experimentierfreudig sind. Seit bald 15 Jahren gehören auch die Schlieremer Stephan Troxler und Salome Baumann zu ihnen. Nachdem die heute 36-Jährige ihrem Freund, der immer schon ein Bierenthusiast war, einen Braukurs geschenkt hatte, und er mit einem Starterkit für zuhause zurückgekehrt war, war es um die beiden geschehen. Jahrelang brauten sie in ihrer Küche im Spaghettitopf, vor gut einem Jahr haben sie als AG eine professionelle Braustätte im Dietiker Industriequartier Silbern in Betrieb genommen.

Karte zum Thema Bier

Hier kreieren die beiden aus rund 20 verschiedenen Malzsorten, gleich vielen Hopfenarten, diversen Hefestämmen und Dietiker Hahnenwasser Spezialbiere mit klingenden Namen wie «Coma of Souls», «Breaking the Law» oder «Moonshine Delirium». Es sind Titel der Lieblingslieder der beiden Heavy-Metal-Fans. Hinter der Sorte «Infinite Dreams» etwa versteckt sich ein fruchtiges belgisches Blondes, hinter «Departure Plan» ein warmes, malziges Brown Ale im britischen Stil. Das Seelenkoma ist in Wahrheit ein frisches, hopfiges India Pale Ale (IPA). Der Name dieser Bierart ist seiner Stärke geschuldet: Um das Bier per Schiff nach Indien transportieren zu können, brauchten die Engländer Hochprozentiges, das den langen Seeweg übersteht.

Bierbotschafter im eigenen Land

Sechs Biersorten hat Darkwolf zurzeit im Angebot. Das Sortiment wechselt dauernd, denn immer nur dasselbe Bier zu machen, fänden die beiden langweilig. «Wir experimentieren gerne», sagt der 39-jährige Troxler. Das kann auch heissen, dass das deutsche Reinheitsgebot mit Zutaten wie Kandiszucker, Koriandersamen oder Bitterorange gebrochen wird. Übertreiben wollen es die beiden aber nicht mit den Fremdzugaben; mehr liegt ihnen am Herzen, Bierstile aus anderen Teilen der Welt authentisch selbst zu brauen und hierzulande bekannter zu machen. Vor allem belgische Biere stellen sie gerne her – auch, um sich von den anderen Craft-Brauern etwas abzuheben, «die vor allem auf die Amisorten setzen», so Baumann. Ein Lieblingsbier haben sie nicht, sagt Troxler: «Das wäre, als ob man eins seiner Kinder zum Lieblingskind erklären müsste.»

Stephan Troxler und Salome Baumann von der Darkwolf Bewery stellen ihre Biere vor.

© Sandra Ardizzone/Sophie Rüesch

Die Anlage, die extra für Darkwolf gebaut wurde und rund 200 000 Franken kostete, könnte bis zu 1000 Liter pro Woche herstellen. Noch ist aber der Absatz zu gering, um wöchentlich zu brauen. Zudem gehen beide einer Teilzeitarbeit im Informatikbereich nach – Troxler arbeitet 80, Baumann 60 Prozent. «Wir wollen nicht möglichst schnell möglichst gross werden», sagt Troxler.

Lieber 20 kleine als ein Grosskunde

Der Verkauf ist bisher harzig verlaufen, «wir haben es etwas unterschätzt», sagt Baumann. Doch sie haben auch schon Grossaufträge ausgeschlagen, weil diese eine so grosse Biermenge verlangt hätten, für die die beiden alles auf eine Karte hätten setzen müssen.

Damit würde aber wiederum das Klumpenrisiko steigen. «Wir haben lieber 20 Verteiler, die ein paar Kisten aufs Mal nehmen, als einen, für den wir unsere ganze Produktion umstellen müssen und der uns dann vielleicht von einem Tag auf den anderen fallenlässt», so Troxler. Reich werden wollen die beiden ohnehin nicht mit dem Bier. «Es ist einfach unsere Leidenschaft», sagt Baumann, die früher Bier nicht ausstehen konnte.

Gerne würden die beiden gebürtigen Limmattaler aber in der Region etwas besser Fuss fassen. «Am schönsten wäre es, wenn so eine klassische Dorfbeiz unser Bier verkaufen würde», sagt Troxler. Doch häufig sei bei Wirten entweder überhaupt kein Bewusstsein für den Wert eines guten Biers vorhanden, sie befänden sich bereits in Knebelverträgen mit einem Grosshersteller oder das Spezialbier sei ihnen schlicht zu teuer. Die Halbliterflasche Darkwolf kostet fünf Franken, der Liter aus dem Zapftank sechs – rein preislich kann man damit nicht mit Carlsberg und Co. mithalten. Zudem sei die Schweiz ohnehin «Jahre hintendrein»: Im Ausland habe die Craft-Beer-Bewegung viel früher Fuss fassen können, sagt Troxler. «Aber es kommt allmählich.»

Alles Wissenswertes über Bier

Ein Chemiker im Bierlabor

Weiter gehts von der Mikro- zur Nanobrauerei. In Schlieren braut Markus Friederich in der Garage seiner WG das Ahoi Bier – der Name spielt auf die Geschichte

des IPAs an. Auch Friederich hat in einer Küche angefangen: Den heute 32-jährigen Chemielaboranten hat die Braukunst gepackt, nachdem er im Rahmen eines Geschäftsausflugs einen ersten Einblick bekommen hatte und dann selbst zu experimentieren begann. «Der erste Braudurchgang war eine Katastrophe: Aus geplanten sechs wurden 16 Stunden und das Bier war absolut untrinkbar», erinnert er sich lachend. Doch Friederich blieb dran und das Bier wurde besser und besser. Bis er mit dem Produzieren kaum mehr nachkam: «Meine Freunde haben mir das Bier regelrecht weggesoffen, ich hatte nie genug.»

Markus Friederich erklärt den Entstehungsprozess: Vom Malz bis zum Bier

© Sophie Rüesch

Die Brauerei Ahoi im Limmattal

© Sandra Ardizzone

Als der in Dietikon Aufgewachsene zurück ins Limmattal zog, baute er in der Garage seine eigene Brauwerkstatt. Vieles hat er improvisiert, wobei ihm seine beruflichen Kenntnisse gelegen kamen. Aus einem Scheibenwischer hat er eine Rührvorrichtung gebastelt, das Malz wird mit einem Bohrer geschrotet. So konnte er seine bisherigen Investitionen auf rund 70 000 Franken halten, inklusive Rohstoffe. Zusammen mit den Einnahmen im selben Zeitraum kommt er bisher auf eine schwarze Null. Das Brauen betreibe er als Hobby, das sich selbst tragen soll. Würde es ihm primär ums Geld gehen, wäre es aber lukrativer, Zeitungen vertragen zu gehen, sagt er lachend, als eine Brauerei dieser Grösse zu betreiben. Und grosse Expansionspläne hegt Friedrich, der jährlich rund 5000 Liter produziert, auch nicht: Er befürchtet, dass er den Spass am Brauen verlieren könnte, wenn es plötzlich seine Haupteinkommensquelle wäre. «Mit Verträgen verliert man auch ein Stück weit seine Freiheit – und die ist es gerade, die ich beim Brauen so geniesse.»

Zürich Bier Festival

Die Biere der Limmattaler Brauereien Darkwolf und Ahoi Bier kann man in zwei Wochen am Zürich Bier Festival in Altstetten probieren. Im Theater Spirgarten am Lindenplatz stehen vom 7. bis 9. April 180 in- und

ausländische Biere zur Degustation bereit, zudem gibt es Workshops, Essensstände – und natürlich die Gelegenheit, die Biere zu kaufen, die einem geschmeckt haben. Das Festival wurde erstmals 2015 durchgeführt. Der Eintritt, der zum Degustieren berechtigt, kostet 20 Franken, dazu kommt ein Glaspfand.

Gutes Bier hat seinen Preis

Versorgungssicherheit kann er als Kleinstbrauer ohnehin keinem Abnehmer bieten. Sein Lager beschränkt sich zurzeit auf zwei Tiefkühltruhen und ein Grüppchen von Lagertanks. Weder hat er ein fixes Sortiment, noch kann er garantieren, dass Sorten eine bestimmte Zeit im Angebot bleiben werden. Er experimentiert gerne: Mit Kombinationen von Malz-, Hopfen- und Hefesorten, aber auch mit Fremdzusätzen wie Passionsfrucht, Whisky, Eichenholzchips, Ahornsirup oder Eukalyptus. Sogar für den Magnolienbaum, der in seinem Garten blüht, hat er schon Verwendung gefunden.

Mühe, sein Gebräu loszuwerden, hat Friederich dennoch nicht. Abgesehen von Besuchen an Bierfestivals betreibt er so gut wie kein Marketing und dennoch kann man sein Bier bereits in verschiedenen Craft-Beer-Bars trinken. «Der Markt hat eher mich gefunden als umgekehrt», sagt er. Im Handel sind seine Flaschen, die der Einfachheit halber keine aufgeklebten Etiketten haben, sondern eine Kordel um den Flaschenhals, noch nicht erhältlich. Wer bei ihm einkauft, schaut in der Garage im Schlieremer Industriequartier vorbei, um eine Kiste oder ein Fass abzuholen.

Ab Fass kostet der Liter bei ihm sechs Franken, eine 3.3-Deziliter-Flasche 3.20 Franken plus Depot. Das sehe auf den ersten Blick nach viel aus, räumt Friederich ein, doch der riesige Arbeitsaufwand, der bis zum Verkauf anfällt, relativiere den Preis. «Ein spezielles Bier aus lokaler, nachhaltiger Produktion kostet eben was», sagt Friederich, der neben seiner 80-Prozent-Anstellung jährlich rund 800 Stunden ins Brauen investiert hat – und sich dafür keinen Lohn auszahlt.

Der Brauboom ist nicht aufzuhalten

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Bier sinkt stetig – ganz im Gegensatz zur Anzahl Brauereien.

Die Eidgenössische Zollverwaltung verzeichnete im vergangenen Jahr 753 steuerpflichtige Brauereien – fast zehnmal so viele wie im Jahr 2000. Erfasst sind dabei jene Brauereien, die mindestens 400 Liter Bier pro Jahr produzieren und damit steuerpflichtig werden.

Der massive Anstieg der Anzahl Brauereien in der Schweiz ist vor allem auf eine Vielzahl neuer Klein- und Kleinstbrauereien zurückzuführen. Unbestrittene Marktführer sind in der Schweiz immer noch Carlsberg und Heineken, die mit Calanda und Feldschlösschen auch bekannte Schweizer Marken besitzen. Die beiden Grossen decken zusammen rund zwei Drittel der hiesigen Nachfrage ab. Der Schweizer Bierkonsum sinkt übrigens stetig: Im letzten erfassten Braujahr 2015/16 (das Braujahr dauert jeweils bis Ende September) lag er bei rund 55 Litern pro Kopf, im Braujahr 1990/91 waren es noch 71 Liter.

Drei dieser Kleinbetriebe brauen im Bezirk Dietikon, nachdem hier in Sachen Bierkultur jahrzehntelang gähnende Leere herrschte. Neben Ahoi Bier und Darkwolf gibt es im Zürcher Limmattal noch eine weitere Brauerei, die sich allerdings erst im Aufbau befindet. In wenigen Wochen werden die ersten Flaschen der Brausyndikat GmbH die Produktionsstätte im Dietiker Silberquartier laut Geschäftsführer Stephan Györi verlassen können.

Der Koch des Wiediker Restaurants Hermanseck braut zwar schon länger Bier, bisher ist dieses aber offen im eigenen und wenigen weiteren Restaurants erhältlich. Die drei Biere für den Individualverkauf sind bereits gebraut: Es sind ein Maisbier, ein Red Ale und ein India Pale Ale. Györi und sein Schlieremer Geschäftspartner Philip Bolleter planen, wöchentlich 500 bis 1000 Liter zu brauen.

Bier ist der neue Wein

Auch Bier ist ein guter Essensbegleiter – wenn die Kombination stimmt. Chardonnay zum Rindsfilet? Amarone zum Egli? Eher nicht, werden hier die meisten denken – auch die, die nicht ausgemachte Weinkenner sind. Dass es auch beim Bier passendere und unpassendere Kombinationen gibt, dessen sind sich jedoch die wenigsten bewusst. Eher noch streitet man darüber, ob Bier zu einem guten Essen überhaupt geht.

Die Antwort: und wie! Doch wie beim Wein kommt es darauf an, welche Sorten man zu welchen Speisen reicht. Food Pairing nennt sich die Wissenschaft, die zusammen mit dem Craft-Beer-Trend allmählich in die Schweiz überschwappt. Seit fünf Jahren werden auch hierzulande Bier-Sommeliers ausgebildet; Gastrosuisse und der Schweizer Brauerei-Verband haben dafür zusammengespant. Wie ihre Kollegen vom Weinplanet

lernen Bier-Sommeliers dabei auch, zu welchen Gerichten ein edler Tropfen passt.

Kleines Bierlexikon mit Kombinationstipps:

- Lagerbier, mild gehopft: Passt zu kalten Platten, mild-würzigem Käse.
- Pilsner, etwas stärker gehopft, kräftiger: Passt zu Snacks, Apéro, Grilliertem.
- Weizenbier, unter Zusatz von Weizen oder Weizenmalz gebraut, fruchtig, stark kohlenstoffhaltig: Passt zu Salaten, gekochten Würsten, Spargel, Fisch, Quarkdesserts.
- Amber, bernsteinfarben, süsslich oder bitter, malzbetont, Caramelnoten: Passt zu Gemüsesuppen, würzigen Gerichten, Halbhartkäse, Fisch, Hamburger, Poulet, Carameldesserts.
- (India) Pale Ale, intensiv hopfig und bitter, hoher Alkoholgehalt (IPA): Passt zu scharfen Gerichten, Sushi, Curry, Fischknusperli, Hamburger, Grillpoulet, Roastbeef, reifem würzigem Käse, gebrannter Crème.
- Porter/Stout, dunkel, mit Caramel- und Röstaromen: Passt zu Aceto Balsamico, Blauschimmelkäse, Bündnerfleisch, rezentem Käse, Schmorgerichten, Lamm, Schokolade
- Schwarzbier, trockenes Vollbier mit deutlicher Röstaromatik: Passt zu Salaten mit Meeresfrüchten, kräftigen Suppen, Braten, Wild, Käse mit Nussaroma, Nusskuchen, Schokolade, Moccaglace.
- Starkbier, vollmundig, aromatisch, erhöhter Alkoholgehalt: Passt zu Braten, Wild, scharfen Würsten, Nussdesserts, Apfelkuchen.

Noch gibt es wenige Restaurants in der Schweiz, in denen ein Biermenü so selbstverständlich ist wie ein Weinmenü, sagt Christoph Lienert. Er ist wissenschaftlicher Mitarbeiter beim Schweizer Brauerei-Verband und selbst Bier-Sommelier. Er hofft aber, dass die Absolventen der zweimal pro Jahr durchgeführten siebentägigen Intensivkurse ihr Wissen in die Gastroszene hinaustragen, sodass künftig mehr Lokale zu einem guten Essen alternativ auch eine Bierbegleitung anbieten – oder dort mindestens jemand Auskunft geben kann, falls ein Gast daran interessiert ist.

Seine Zuversicht ist nicht unbegründet. In den letzten Jahren habe das Bierwissen in Bars und Restaurants stetig zugenommen. Auch die Bier-Sommelierkurse sind gut belegt, letztes Jahr musste sogar noch ein zusätzlicher Kurs durchgeführt werden. Beim letzten Durchgang wurden 54 neue Bierfachmänner und -frauen zertifiziert, so viele wie noch nie. Doch auch die Brauereien selbst

würden sich zunehmend für eine stärkere Verbreitung von verschiedenen Arten von Bieren einsetzen, so Lienert. «Sie arbeiten vermehrt darauf hin, dass ein Lokal gleich mehrere Sorten aus ihrem Haus ins Sortiment aufnimmt. Auch das führt zu einer grösseren Wahrnehmung der Biervielfalt.»

Beim Kombinieren von Bier mit Essen können sowohl geschmackliche Ähnlichkeit wie auch Gegensätze funktionieren. Ähnliche Aromen harmonieren zusammen, sodass etwa ein süsses Bier ein Dessert gut ergänzt. Doch auch in der Differenz könne ein Reiz liegen, so Lienert: So passe etwa ein fruchtig-frisches India Pale Ale wunderbar zu einem scharfen Curry. Oder ein Sauerbier zu einem süssen Dessert.

Strikte Regeln gebe es beim Food Pairing nicht, so Lienert. Vieles bleibe Geschmacksache – und eine Frage der Erfahrung. «Fast so wichtig wie das Kombinieren selbst ist zudem die Erklärung, wieso man ein Bier mit einem bestimmten Gericht paart», sagt er. Ein paar generelle Faustregeln gibt es aber schon: So passt leichtes Bier tendenziell zu leichtem Essen und schweres Bier zu schwerem Essen, hält der Brauerei-Verband in einer Broschüre für Gastronomen fest; genauso passen helle Biere zu hellem Essen und dunkle zu dunklem. Zudem sollte man bei der Bierabfolge darauf achten, dass man mit dem schwächsten, leichtesten und hellsten Bier beginnt und sich langsam zu den hochprozentigeren, intensiven, dunklen Bieren emporarbeitet.

Keinen Spass verstehen Bierkundige allerdings, wenn es darum geht, wie man das Bier konsumiert. Das Trinken aus der Flasche kommt bei speziellen und deshalb auch eher teureren Bieren einer Todsünde gleich, da man so den ganzen Geruch von der Nase fernhält. «Ein Grossteil des Geschmacks geht über die Nase», sagt Lienert. «Trinkt man aus der Flasche, schmeckt man oft nur das Bittere im Abgang.» Weniger eng sieht er es hingegen mit der Glaswahl: Es brauche nicht zwingend jede Bierart eine eigene Glasform, wie das manchmal propagiert wird. «Ein Weinglas tut es oft auch.»

**Am Wochenende auf dem Laufenden bleiben?
Anmelden für den Schweiz am Wochenende**

Newsletter.

ANMELDEN

SaW Newsletter

Verwandte Themen:

[Multimedia-Reportage](#)

[Brauerei Limmattal](#)