

Wachsende Zahl von Mikrobrauereien

Chinesen entdecken handwerklich gebraute Biere

Der geschmacklichen Monokultur der Grossbrauereien überdrüssig, entdeckten die Amerikaner vor Jahren handwerklich gebraute Biere. Nun kommen auch Chinesen auf den Geschmack.

von **Matthias Müller, Peking** | 4.8.2015, 07:19 Uhr

«Ich liebe es so sehr.» Welche Frau würde solch ein von Herzen kommendes Bekenntnis nicht gern hören. Die Liebeserklärung widmet [Yin Hai](#) jedoch nicht dem weiblichen Geschlecht. Bei ihm geht die Liebe durch den Magen, ohne dass sie Spuren hinterlässt: Er hat sein Herz an Bier verloren, und Yin ist der lebende Beweis, dass Gerstensaft nicht dick machen muss. Er trinke täglich Bier, gesteht Yin. Rank und schlank ist er dennoch geblieben. Auf den Geschmack kam er nicht in China, wo der Markt von Grossbrauereien mit Industriebetrieben dominiert wird. Während seiner zahlreichen Auslandsreisen habe er die lokalen Bierspezialitäten kennen und lieben gelernt, sagt Yin. Zusammen mit [Xiao Biar](#) hat er mit der Gründung der Mikrobrauerei [NBeer](#) das Hobby zum Beruf gemacht. Die beiden Unternehmensgründer nehmen eine [Pionierrolle ein im chinesischen Biermarkt](#). Wie vor vielen Jahren in den Vereinigten Staaten entdecken die Konsumenten in China langsam, dass Bier mehr zu bieten hat als das von den grossen Brauereien vorgesezte geschmackliche Einerlei.

Ein Hauch des alten China

In ihrem Pub sticht neben den selbstgebrauten Bieren eine riesige Kühltheke ins Auge, in denen Spezialitäten aus vielen Erdteilen zu finden sind. Beim Griff nach einer Flasche Bier gilt es wachsam zu bleiben. Sie kann bis zu umgerechnet 80 Fr. kosten. [Die Nachfrage ist dennoch vorhanden](#). Das Pub ist voll, vor allem Chinesen haben Gefallen an den Angeboten von Yin und Xiao gefunden. Das mag an der Umgebung liegen. Die Bar befindet sich in einem Hutong, einem traditionellen Viertel, wo in Peking noch das alte China zu finden ist. Viele davon gibt es nicht mehr. Sie wurden niedergerissen, und stattdessen wurden ausdruckslose Hochhäuser errichtet.

[Abends erwacht in den Hutongs das Leben](#) . Vor den Imbissständen und Kneipen drängeln sich die Kunden. Ältere Chinesen schlendern mit nacktem Oberkörper oder mit einem Schlafanzug bekleidet durch die Gassen ihres Viertels. Andere sitzen zusammen und vertreiben sich die Zeit mit Spielen. Für Westler sind die sanitären Anlagen eine Herausforderung. Es gibt noch Gemeinschaftstoiletten, wobei es zwischen den Plumpsklos oft keinen Sichtschutz gibt. Der Popularität der Hutongs und der kleinen Brauereien, die oft wegen der noch vergleichsweise günstigen Mieten in solch traditionellen Vierteln gelegen sind, tut das keinen Abbruch.

Versuch der Umerziehung

Das noch zarte Pflänzchen Mikrobrauerei in Peking ist auch ein Beleg für eine kaufkräftige Mittelschicht. Viele Chinesen haben während ihrer Reisen oder während des Studiums im Ausland entdeckt, welche geschmackliche Vielfalt Biere zu bieten haben. Zu ihnen zählen Pan Dinghao und Xia Yulin, die sich 2011 trafen und schnell merkten, wie einzig sie sich beim Thema Bier waren. Beide kamen während ihrer Studienzeit im Ausland auf den Geschmack – Pan in Kanada, Xia in Grossbritannien. Aus Gesprächen unter Freunden wurde eine Geschäftsidee, und im Februar 2013 starteten sie ihre Brauerei, die sie auf den Namen [Panda Brew](#) taufte.

Begonnen hatte alles in einem 12 m² kleinen Raum, wo sie zweimal im Monat Bier brauten. Das Wissen brachte Pan aus Kanada mit. Ein Freund dort sei Brauer gewesen und er habe ihm oft bei der Arbeit zugeschaut, sagt Pan. Offenbar war er ein gelehriger Schüler. Als Freunde in Peking eine Bar eröffneten, fragten sie, ob sie nicht das Bier der beiden ausschenken dürften. Aus den Tests wurde mehr: Seit wenigen Monaten stellen sie in ihrer Hausbrauerei diverse Biere her und schenken sie vor Ort auf einer Fläche von 200 m² aus. Angeboten werden Biere mit so exotischen Namen wie «Too Naive Pale Ale», «Pure Red Honey Ale» oder «Strawberry Wheat Honey Ale». Vom deutschen Reinheitsgebot hält der Ingenieur Pan augenscheinlich wenig.

Er will zusammen mit seinem Partner die Kunden geschmacklich erziehen. Eine chinesische Note müsse zu erkennen sein – etwa dank chinesischem Honig aus dem Nektar vieler Blüten, sagt der Selfmade-Brauer und verweist auf das «Pure Red Honey Ale». Das hat seinen Preis. Das billigste Bier kostet 35 Yuan (Y), das sind Fr. 5.50; das teuerste, ein «Tang Dynasty Barley

Wine», kostet 60 Y, rund Fr. 9.40. Die Preise seien gerechtfertigt, betont er. Zutaten wie Hopfen, Hefe und Malz werden importiert, weil man gegenüber den chinesischen Produkten Vorbehalte hegt. Das Wasser muss zunächst gefiltert und anschliessend gekocht werden, und die Räumlichkeiten sind teuer. Pan und Xia zahlen jährlich 1 Mio. Y Miete, was 156 000 Fr. entspricht. Dafür ist die Lage gut. Die Geisterstrasse, in der abends wegen zahlreicher Restaurants das Leben tobt, liegt um die Ecke und beschert Panda Brew Kundschaft.

Internationales Publikum

Eine Nummer kleiner punkto Räumlichkeiten haben die beiden Amerikaner [Chandler Jurinka](#) und [Daniel Hebert](#) gewählt. Sie schenken das Bier ihrer [Slow Boat Brewery](#) – der Name lehnt sich an den 1948 von Frank Loesser geschriebenen Song « [Slow Boat to China](#) » an – in einem kleinen Pub aus, das in einem Hutong liegt. Weil man auf das soziale Gleichgewicht in dem Viertel achtet, gibt es auf der Gasse kaum Sitzmöglichkeiten. Im Innern des Pubs ist es dafür umso voller. Auf der Speisekarte stehen typische amerikanische Gerichte wie Burger mit French Fries. Dicht gedrängt sitzt das internationale Publikum zusammen. Viele Chinesen gönnen sich zum Essen Biere wie « [Sea Anchor Imperial Vanilla Stout](#) » oder « [The Helmsman's Honey Ale](#) ». Die Rechnung geht auf. Im vergangenen Jahr hätten sie den Ausstoss um 350% gesteigert, betont Jurinka.

Sie eröffneten sie ihre Brauerei 2011, nachdem sich Jurinka und Hebert in China getroffen und schnell ihre gemeinsame Liebe für amerikanische [Craft-Beers](#) – handwerklich gebraute Biere mit eigener Geschmacksnote – entdeckt hatten. Der Sinologe Jurinka ist für das Betriebswirtschaftliche verantwortlich, Hebert hat in den USA Brauer gelernt, dort allerdings keinen Job gefunden. 2010 zog er mit seiner Frau nach Peking. Gebraut wird rund zweieinhalb Stunden nördlich von Peking, wo Hebert drei Tage die Woche am Braukessel steht.

Ausufernde Bürokratie

Bis es so weit war, dass die Brauerei errichtet werden konnte, hatten die Expats Bekanntschaft mit der chinesischen Bürokratie machen müssen. Erst nach zwei Jahren hielten sie die Lizenz in den Händen. Weil sie ihre Biere nicht im eigenen Pub, sondern an einem separaten Ort brauen, mussten sie diverse Auflagen erfüllen. So kauften Jurinka und Hebert eine Anlage, mit

der sich 16 000 Flaschen pro Stunde abfüllen liessen. Bedarf besteht nicht. Vorgeschrieben war auch eine überdimensionierte Gebäudefläche von 1200 m²; da bleibt viel Platz für Basketball. Ihren Optimismus haben sie dennoch nicht verloren – im Gegenteil. Mit der [Slow Boat Brewery](#) sind sie wohlbehalten in China angekommen und haben mit den Craft-Beers ein Stück Heimat mitgebracht.

China ist der grösste Biermarkt der Welt

Mue. Peking · Bier hat in China lange Zeit nur eine untergeordnete Rolle gespielt. 1990 belief sich der Anteil des Reichs der Mitte am weltweiten Bierausstoss auf 6,1%. Dominiert wurde der Markt von den Brauern aus den USA mit einem Marktanteil von 20,9% sowie jenen aus Deutschland, wo vor einem Vierteljahrhundert etwas mehr als jeder zehnte Liter weltweit gebraut wurde.

Die wachsende Mittelschicht und deren Interesse an westlichen Konsumgewohnheiten haben dem Bier in China auf die Sprünge geholfen. Laut dem [Barth-Bericht der Barth-Haas Group](#), des weltweit grössten Anbieters von Hopfen-Produkten, wird inzwischen jeder vierte Hektoliter in China gebraut. China stellt mehr Bier her als die USA, Brasilien und Deutschland zusammen (vgl. Grafik oben links). Diese drei Länder folgen im Ranking der weltweiten Brau-Nationen auf den Plätzen zwei bis vier. Entsprechend trinkt ein «durchschnittlicher» Chinese inzwischen mehr Bier. Der Pro-Kopf-Konsum lag nach Berechnungen von Kevin Baker vom Beratungsunternehmen [Canadean](#) bei 41 l (vgl. Grafik oben rechts). China hinkt den Biertrinkernationen Tschechien, Deutschland und Österreich, in denen der Pro-Kopf-Konsum über der Marke von 100 l liegt, jedoch hinterher.

Vor diesem Hintergrund ist der chinesische Markt für Grosskonzerne wie [AB InBev](#), [SAB Miller](#), [Heineken](#) und [Carlsberg](#) von grosser Bedeutung, weil dieser bisher im Gegensatz zu den gesättigten Märkten in den westlichen Ländern noch stark gewachsen ist (vgl. Grafik unten links). Die Zahlen belegen jedoch auch, dass die chinesischen Brauereien sich im weltweiten Vergleich nicht zu verstecken brauchen. Sie dominieren bereits den Markt in China (vgl. Grafik unten rechts). Branchenprimus ist [China Resources Snow Breweries](#). Der Konzern, [an dem SAB Miller beteiligt ist](#), war im vergangenen Jahr die weltweit

fünftgrößte Brauerei. Der in Europa bekannteste chinesische Anbieter dürfte die [Tsingtao Brewery Group](#) sein. Sie ist die sechstgrößte Brauerei auf der Welt. Qingdao war für kurze Zeit eine deutsche Kolonie, worauf die Biertradition der an der Ostküste gelegenen Stadt zurückzuführen ist.

Inzwischen ziehen wegen der nachlassenden wirtschaftlichen Dynamik jedoch Wolken am chinesischen Bierhimmel auf. Die Zeiten zweistelliger Wachstumsraten werden nicht nur für die Gesamtwirtschaft passé sein.
