

Kleine Frau,
grosses Bier:
Claudia Graf,
Chefin der
Brauerei
Sonnenbräu



Das kühle Blonde an die Frau bringen

Claudia Graf, die einzige Braumeisterin der Schweiz, räumt mit Vorurteilen gegen Bier auf

Daniel Böniger (Text)
und Esther Michel (Foto)

Gerade mal 17 Prozent der Schweizer Frauen, behauptet die Statistik, sind Biertrinker. Eine von ihnen ist Claudia Graf, die den Gerstensaft quasi mit dem Babyschoppen kennen gelernt hat, betreibt ihre Familie doch die Brauerei Sonnenbräu im sankt-gallischen Rebstein. Sie ist die einzige Schweizerin, die sich Braumeisterin nennen darf, und inzwischen leitet die 30-Jährige das Unternehmen, das ihr Ururgrossvater vor genau 125 Jahren gegründet hat.

Fragt man Graf, warum denn Bier beim weiblichen Geschlecht einen so schweren Stand hat, nennt sie als Hauptgrund die gesellschaftlichen Konventionen: «Wenn ich in der Schweiz an der Bar ein Weizenbier trinke, werde ich darauf angesprochen», sagt sie. «So eine kleine Frau mit so einem grossen Glas Bier – offenbar fällt das auf.» Dabei müsste das gar nicht so sein; im süddeutschen Raum trinke jede zweite Frau gern mal ein kühles Blondes, «und die Frauen dort haben ja kein anderes Geschmacksempfin-

den». Die Braumeisterin lässt auch nicht gelten, dass das Getränk mit der Schaumhaube für den weiblichen Gaumen zu bitter schmecke: «Was ist mit Kaffee? Mit Campari? Das trinken die Frauen ja auch.»

Es hält sich das Gerücht, dass Bier zu viele Kalorien habe

Der Schweizer Brauerei-Verband sieht Handlungsbedarf. Derzeit kämpft man mit der Kampagne «Love Beer», die auch von anderen europäischen Verbänden mitgetragen wird, um die weibliche Kundschaft. Zu den Werbemassnahmen gehört unter anderem ein kurzer Videoclip, in dem eine langhaarige Frau im schwarzen Kleid an einer Kunstvernissage steht. In Mundart spricht sie aus dem Off: «Manchmal mache ich, was man von mir erwartet – aber meist mache ich, was ich will.» Sie schnappt sich vom Tablett eines herumlenden Kellners ein kühles Bier und nimmt einen genusslichen Schluck.

Im Rahmen der Kampagne werden zudem Migros-Klubschulenkurse angeboten; unter dem Titel «Bier von Frau zu Frau» weicht die

Bier-Sommelière Carmen Wyss in Luzern und Zug Frauen in die Welt der Biere ein.

Hartnäckig halte sich das Gerücht, nimmt Claudia Graf den Faden wieder auf, dass Bier zu viele Kalorien enthalte. Sie erwähnt die Branchenorganisation Brewers of Europe, die sich dafür einsetzt, dass die Kalorienzahl aufs Bieretikett geschrieben werden muss – weil man gegenüber Wein und Schnäpsen im Dezilitervergleich deutlich besser abschneiden würde. «Das tägliche Glas Wein empfindet ja mancher sogar als gesund.»

Graf selber braucht den Platz auf dem Etikett aber lieber für ein paar persönlich anmutende Zeilen: Beim «Büezer», einem amberfarbenen, unfiltrierten Bier mit leichter Röstnote, wird beispielsweise von der Frau des Brauereigründers berichtet. Diese hat dank ihrer Mitarbeiter, eben den Büezern, die Brauerei durch die Krise des Ersten Weltkriegs gerettet. Ein weiteres Bier, das Claudia Graf lanciert hat, nennt sich Diva. Es ist eigentlich ein Mischgetränk und enthält neben Gersten- auch Fruchtsaft und Moscato-Wein: «Erst

trinkt man Hugo, dann unser Diva, übers Panaché findet man zum Bier», sagt sie lächelnd.

Grundsätzlich unterscheidet die Braumeisterin zwischen Bier als Durstlöcher und Bier als Geschmackserlebnis. Für Ersteres stehe das typische Lagerbier, das auch bei ihrer Brauerei vier Fünftel des Umsatzes ausmacht. Doch seien die Spezialbiere, die sie zur zweiten Kategorie zählt, keinesfalls zu vernachlässigen: «Sie sind ein gutes Marketinginstrument und oft Türöffner, gerade in der Gastronomie.» Sonnenbräu führt seit 1979 solche Spezialitäten im Sortiment und eilte damit dem anhaltenden Trend zu speziellen Gerstensäften immer wieder voraus: Bereits vor zehn Jahren etwa lancierte man das erste Pale Ale der Schweiz; das «First Swiss Ale». Doch fand es zu wenig Anklang und wurde wieder aus dem Sortiment genommen.

Schwerer Gerstensaft in einem fülligen Cognac-Schwenker

Claudia Graf sieht einiges Potenzial im besagten Trend zu den Spezialitäten, die in Anlehnung an die USA oft auch gern Craft Beer ge-

nannt werden: Dass man edle Biere mit gutem Essen kombiniere, werde in unseren Breitengraden erst entdeckt. Ebenso, dass man schwerere Gerstensäfte in einen fülligen Cognac-Schwenker gibt und zu einem Buch vor dem Cheminée genießt. «Das kann ich nur empfehlen.»

Wieso ist sie eigentlich bisher die einzige Schweizerin, die sich zur Braumeisterin hat ausbilden lassen? Claudia Graf will die Frage erst gar nicht richtig verstehen – es habe ja auch nur einen Mann aus der Schweiz in der entsprechenden Schulung in Deutschland gehabt, sagt sie verwundert. Aber auf über 40 Schüler seien sie doch nur drei Frauen gewesen. Es habe wohl damit zu tun, antwortet sie dann, dass beim Bierbrauen halt auch Muskelkraft nötig sei. Wenn man die Füllmaschine umbauen müsse. Wenn es darum gehe, 20-Kilo-Säcke mit Spezialmalz herumzuschleppen. Oder wenn man ein 50-Liter-Fass vom Rolli herumrollen müsse.

Solche schweren Fässer wurden aber – auch aus Rücksicht auf die weiblichen Mitarbeiter – aus der Brauerei Sonnenbräu verbannt.

Kilchmanns Weintipp

Heimatstolz in Wien

Kürzlich besuchte ich in Wien mit österreichischen Kollegen das Weinbistro O boufés. Das Lokal hat sich auf Bioweine und «Vins naturels» spezialisiert. Diese «Naturweine» sind derzeit wie die vegane Küche schwer in Mode. Sie werden im archaischen Geist hergestellt, ohne chemische Hilfsmittel und Zusätze. Sie schmecken ungewohnt. Einige bilden mit ihrem rustikalen Charakter eine Bereicherung, andere

sind schlicht ungeniessbar. Zu meiner Überraschung befand sich auch ein Hallauer Pinot noir eines Winzers namens Markus Ruch im Angebot. Kein Vin naturel, aber ein nach biodynamischen Richtlinien erzeugter Tropfen. Ich liess meinen Kollegen ein Glas auftragen. Ohne seine Herkunft zu kennen, erklärte sie ihn zum schönsten Wein des fidelen Abends. Keiner hätte auf einen Schweizer gewettet. Kaum einer hätte den Eidgenossen wohl einen derart subtilen, delikat, spannungsvollen Pinot noir zugetraut.

Der Thurgauer Markus Ruch startete seine Winzerlaufbahn 2007. Der Traum des Quereinsteigers waren filigrane, herkunftsprägen Pinots noirs. Das Klettgau mit seinen Jurakalkböden und dem kühlen, trockenen Klima im Regenschatten des Schwarzwalds schien ihm beste Voraussetzungen zu bieten. Mit 2,5 Hektaren Rebland und einer Produktion von maximal 12000 Flaschen ist er klein und ein Geheimtipp geblieben. In den Reben arbeitet er biodynamisch, im Keller in Neunkirch möglichst defensiv, mit handwerklichen

Methoden. Er will «den Wein zulassen und nicht forcieren».

Quasi als Einstiegswein in die wundersame Weinwelt von Markus Ruch eignet sich sein Müller-Thurgau (Riesling-Silvaner): ein kühl vergorener, erfrischender, reintoniger Weisser im Stil der deutschen Schule mit Zitrusnoten, knackiger Säure und einer feinen, kaum wahrnehmbaren Traubensüsse. Wer die Hardcore-Variante – die «Amphore» – probieren will, bekommt Markus Ruchs Interpretation eines Vin naturel (29 Franken). Die ungepres-

ten Müller-Thurgau-Beeren vergären in Terrakotta-Amphoren aus der Toskana. Der frei ablaufende Saft wird nach einem Jahr unfiltriert und ungeschwefelt abgefüllt. Der ockerfarbene Weisswein ist mit seiner Tanninstruktur und der gereiften Aromatik gewöhnungsbedürftig.

Eine Herausforderung, die aber jene belohnt, die sich darauf einlassen. Denn seine knisternde Lebendigkeit und die Komplexität, die sich nach Belüftung offenbart, sind schlichtweg frappant.

Martin Kilchmann



Müller-Thurgau Klettgau 2014, Markus Ruch, für 21.50 Franken bei Cultivino, Liebefeld BE, Tel 031 972 49 39, www.cultivino.ch

Fragen, Anregungen, Wünsche? weintipp@sonntagszeitung.ch